



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS

TEMA

“PROPUESTA PARA LA INCORPORACIÓN DE LA PEQUEÑA Y
MEDIANA EMPRESA DE LA INDUSTRIA TEXTIL DE QUITO AL
SECTOR EXPORTADOR”

AUTOR:

GABRIEL ALEJANDRO AGUIRRE PINTO

DIRECTOR:

ING. RENÉ VÁSCONEZ

QUITO – ECUADOR

2015

DEDICATORIA

A Dios, a quien todo lo debo y por quien todo lo puedo; a Elizabeth, quien más allá de ser mi inspiración es mi razón para sonreír, a mi madre porque a través de las muchas conversaciones he aprendido a ser una mejor persona, forjado en valores y principios; a mi padre quien incondicionalmente ha estado siempre presente en las buenas y en las malas apoyándome a seguir adelante; y mi hermana, mi gemela, por ese lazo de amistad tan único, por sus bromas y afecto que indudablemente aportan día a día en mi caminar.

Este trabajo lo dedico a ellos por contribuir cada uno en mi crecimiento a través de cada faceta de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A Dios primeramente por su guía, gracia y misericordia en cada área y situación y a quien le debo el privilegio de completar una etapa importante en mi vida, la finalización exitosa de mi carrera universitaria y posterior realización de este trabajo de investigación.

Agradezco también el apoyo de mis padres quien a lo largo de este proceso universitario han sido fuente de sabios consejos, ánimos y fortaleza cuando las situaciones se tornaban difíciles, gracias por su constante empuje.

Agradezco también a mi querida hermana Denisse por ser una gran amiga en quien también pude hallar gozo cuando más lo necesité, gracias por ser ese ejemplo de constancia, esfuerzo y tenacidad que me llevaron a retarme a ir más allá y lograr cumplir cada meta puesta dentro de mi vida universitaria.

Un agradecimiento especial a mi querida amiga María del Mar por su desinteresada y valiosa ayuda que me sirvieron de mucho para poder desarrollar esta tesis; gracias por tu tiempo, por tus ánimos, guía y por tu amistad.

Agradezco a mi esposa Elizabeth por su cariño, por la paciencia, ayuda y soporte íntegro también para la realización de esta investigación, gracias por día a día permitirme sonreír al pensar que soy muy afortunado en estar a tu lado.

Finalmente agradezco a todos aquellos que aportaron de alguna u otra forma, colaborando conmigo en la consecución de la presente investigación.

RESUMEN

Al venirse trabajando en los últimos años en torno al cambio de la matriz productiva es necesario considerar en la actualidad con mayor ímpetu la promoción de las exportaciones no tradicionales y fundamentalmente de la pequeña y mediana empresa misma que constituye un gran porcentaje en la estructura empresarial del país.

Y justamente dentro de ese grupo empresarial una consideración especial se enfocará sobre aquellas PYMES de la industria textil del cantón Quito.

Se revisarán entonces de manera integral y de forma descriptiva aquellos fundamentos teóricos que forman la estructura base para el desarrollo de la investigación, dando a conocer paulatinamente un breve pero puntual panorama obtenido de primera mano de parte de un grupo de empresas del sector seleccionados por medio de los cuales se pueden despedir alternativas de fomento a la inclusión de las mismas dentro de la actividad exportadora.

A su vez se dará a conocer aquellos programas que han venido ya desarrollándose en pro de las PYMES para el mejoramiento y potenciación de su gestión nacional, hechos estos que en su conglomerado pretenden dar a conocer al lector sobre las gestiones llevadas a cabo así como aquellas gestiones que se pueden hacer para el desarrollo de estas empresas.

Palabras claves: PYMES, Clústers, promoción de exportaciones.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Capítulo 1	1
Introducción	1
1.1 El problema de investigación	2
1.1.1 Planteamiento del Problema	2
1.1.1.1 Diagnóstico.....	2
1.1.1.2 Pronóstico	5
1.1.1.3 Control del pronóstico	6
1.1.2 Formulación del problema	8
1.1.3 Sistematización del problema.....	8
1.1.4 Objetivo General	8
1.1.5 Objetivos Específicos	8
1.1.6 Justificación	9
1.2 Marco Teórico.....	9
1.2.1 Teorías relativas al desarrollo endógeno, económico y el ejercicio exportador.....	9
1.2.1.1 Desarrollo nacional, desarrollo económico.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.1.2 El desarrollo endógeno.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.1.3 Sobre la modernización.....	¡Error! Marcador no definido.
1.2.1.4 Sobre el ejercicio exportador.....	9
1.2.1.5 Sobre la promoción de las exportaciones	11
1.2.1.6 Sobre el proteccionismo y la asociatividad empresarial.....	14
1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica	15
1.2.3 Marco Conceptual	17
Capítulo II	18
Método	18
2.1 Nivel de estudio	18
2.2 Modalidad de investigación.....	18
2.3 Método.....	18
2.3.1 Método Histórico	19
2.3.2 Método Deductivo.....	19
2.4 Población y muestra	19

2.5	Selección de los instrumentos para la investigación	21
2.6	Procesamiento de datos	22
Capítulo III.....		23
Resultados.....		23
3.1	Levantamiento de Datos	23
3.1.1	Resultados de las encuestas planteadas a las PYMES de la industria textil (confecciones) del Catón Quito;Error! Marcador no definido.	
3.2	Programas llevados a cabo en pro de las PYMES ..;Error! Marcador no definido.	
3.2.1	Políticas macroeconómicas como fomento productivo de las PYMES	34
3.2.3	Programa de Mejoramiento Continuo de la Calidad y la Competitividad en Pequeñas y Medianas Empresas (PMC-PYMES).....	35
3.2.3	Programa ExporEcuador.....	36
3.2.4	Programa de compras estatales del Ministerio de Industrias y Productividad	36
3.2.5	Programas Consorcios de Exportación y Origen con Apoyo de ONUDI	37
3.2.6	Ferias Inversas	37
3.2.7	PRODUCEPYME	38
3.2.8	Exporta Fácil.....	39
3.2.9	Programa CREDIPYME de la Corporación Financiera Nacional	39
3.2.10	Financiamiento estratégico de la CFN	40
3.2.11	Credifactura nacional e internacional.....	40
3.2.12	Programa de crédito 5-5-5 del Banco Nacional de Fomento.....	41
3.2.13	Incentivos para inversiones nuevas e inversiones productivas del COPCI	42
3.3	Enfoque y propuestas para la incorporación de las PYMES textiles al ejercicio exportador;Error! Marcador no definido.	
3.3.1	Proteccionismo a la industria naciente	;Error! Marcador no definido.
3.3.2	Desarrollo endógeno	;Error! Marcador no definido.
3.3.3	Clusters, enclaves, cúmulos o conglomerados empresariales;	Error! Marcador no definido.
Capítulo IV		52
Conclusiones y recomendaciones		52
4.1	Conclusiones.....	52
4.2	Recomendaciones:	54
Bibliografía:		56
Anexo:		59

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Exportaciones no petroleras principales grupos de productos, % de participación 2013.....	3
--	---

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Incentivos para la Mediana Empresa.....	44
Tabla 2: Programas en beneficio de las PYMES.....	45
Tabla 3: Mecanismos en beneficio de las PYMES.....	46
Tabla 4: Programas y mecanismos por institución para las PYMES.....	47
Tabla 5: Requisitos para la formación de Clusters.....	51

Capítulo 1

Introducción

El año 2010 sería de una especial relevancia dentro del marco del desarrollo de una gestión que por más de 30 años no se había llevado a cabo. Se trató de la realización del último censo económico efectuado el mismo que arrojaría muchos resultados dentro de los cuales uno de los más importantes sería la determinación de que las micro, pequeñas y medianas empresas en la actualidad juegan un papel fundamental en el desarrollo económico nacional. En efecto, para tener una idea de lo manifestado, se logró saber que 99 de cada 100 establecimientos económicos nacionales corresponden a la categoría de MIPYME.

Justamente y tomando como punto de partida este elemento se presenta este trabajo de investigación como herramienta de conocimiento en torno a la realidad actual en cuanto al comercio internacional del sector textil (confecciones) así como también el análisis de ciertos mecanismos que favorecen el ejercicio de las PYMES de esta industria dentro del cantón Quito.

Un hecho singular a determinar por medio de la realización de encuestas es si es que acaso estas empresas cuentan con el apoyo de instituciones principalmente públicas para el mejoramiento de su gestión así como cuál es la postura que guardan las mismas en cuanto a su incorporación en el ejercicio exportador. Del mismo modo, será a través del conocimiento obtenido por medio de entrevistas así como de la participación de seminarios en torno a la problemática a tratar en esta investigación que se despedirán ciertas ideas y conclusiones que pueden revelar un poco más lo que puede hacer falta para que este tipo de empresas se sientan motivadas a participar efectivamente en la actividad exportadora.

Se empieza pues plasmando aquellas teorías económicas que fundamentan aquellas problemáticas que se pretenden tratar en esta investigación así como posteriormente, una vez conocidos los resultados obtenidos de forma primaria por medio de las ya mencionadas encuestas, dar a conocer las propuestas que de acuerdo con quien realiza el presente trabajo se constituirían en oportunidades potenciales para que tratadas integralmente se pueda en un mediano y largo plazo impulsar el ejercicio exportador del grupo empresarial seleccionado.

El trabajo a presentarse a continuación, empleando información tanto primaria como secundaria busca generar un mayor interés en cuanto a la promoción de la gestión de las PYMES nacionales y desde luego de las PYMES de la industria textil de Quito; se logra determinar que en efecto, existen mecanismos y herramientas que pueden potencialmente favorecer a estas empresas, sin embargo queda la sensación de que se podría hacer mucho más en pro de las mismas, de ahí que por medio de los instrumentos que al realizar esta investigación se dispuso se busca aportar un poco más para la consecución de la problemática planteada.

1.1 El problema de investigación

1.1.1 Planteamiento del Problema

1.1.1.1 Diagnóstico

Históricamente el Ecuador ha basado sus exportaciones en un modelo en el que en distintas épocas ha prevalecido un solo producto, en un inicio se destacó el cacao y posteriormente el banano. Con el paso de los años y en la actualidad han ido despuntando otros productos tales como el petróleo, banano, café, camarón, cacao y productos del mar (dentro de los cuales resalta el atún) como productos tradicionales de exportación.

La dinámica de los mercados internacionales hace más compleja la situación ecuatoriana debido a la alta dependencia de pocos productos. En la actualidad más del 50% de las exportaciones se concentra en el grupo de productos citados previamente que en conjunto no llegan a abarcar más de 20 partidas arancelarias.

Para tener una mejor comprensión de lo manifestado se puede observar en la gráfica lo concerniente a la participación porcentual de las exportaciones no petroleras al 2013:

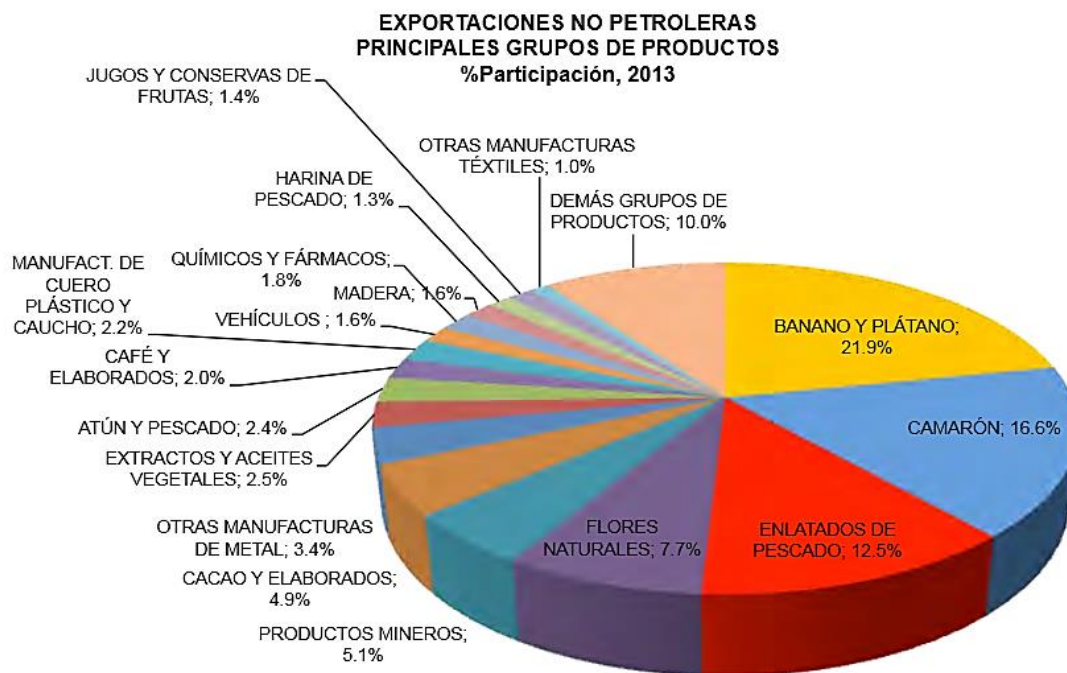


Figura 1, Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones de ProEcuador, 2013

Por otro lado, en torno al ejercicio de las micro, pequeñas y medianas empresa se tiene que “el proceso de internacionalización de los emprendimientos privados en el Ecuador también ha impulsado el crecimiento de las MIPYMES, es así que el número de MIPYMES exportadoras pasó de 676 en el 2004 a casi 2000 al finalizar el 2012, un crecimiento mayor al 14% anual con un promedio de 164 nuevas MIPYMES incorporadas a la exportación”. (Fedexpor, 2013)

De Acuerdo con la misma fuente en los últimos 9 años, las MIPYMES exportadoras han logrado abarcar el 23,8 % del monto total de envío de bienes no petroleros realizados desde Ecuador; este porcentaje ha ido en continuo aumento, puesto que pasó de 21,7% en 2004 (USD760 millones) a 25,5% en el 2012 (USD2580 millones).

A pesar de que su participación en el total de exportaciones es baja en relación al número de empresas, su crecimiento ha sido mayor; mientras que el total de ventas no petroleras creció a una tasa promedio anual de 14, 1%, el de las MIPYMES lo hizo al 16,4% en promedio en el periodo indicado. (Fedexpor, 2013)

Concerniente a la industria textil se tiene además que las exportaciones de manufacturas textiles forman parte del grupo de productos industrializados no tradicionales de

exportación dentro de los cuales resaltan los hilados, tejidos, productos especiales (tejidos con encajes, de tapicería, bordados, entre otros) y en un grado menor prendas de vestir.

Con el fin de lograr un mayor entendimiento del panorama de exportaciones e importaciones textiles (confecciones) se puede apreciar el **anexo 1** que permite apreciar el comparativo del conglomerado total en los años 2012, 2013 y 2014 en donde se puede observar que se persiste en mayor volúmenes y montos de importación que de exportación.

Por otro lado, la SENPLADES afirma que el sector textil y de confecciones juega un papel importante en lo referente a la generación de empleo a nivel nacional de parte de las PYMES, siendo este sector el segundo en importancia con una representación porcentual del 20,3% y únicamente superado por el sector alimenticio con un 20,7%.

En efecto, se puede palpar cómo esta rama de la industria es de gran relevancia debido a que por un lado ocupa gran cantidad de mano de obra y por el otro genera productos con valor agregado, los cuales son menos vulnerables a las fluctuaciones de precios como si sucede con los productos primarios.

Justamente, en la actualidad, la importancia del grupo empresarial formado por las PYMES refleja que las mismas se han sabido consolidar como un motor económico en el país ya que por una parte se tiene de acuerdo a cifras provenientes del Censo Económico del 2010 que “99 de cada 100 establecimientos económicos se ajustan a esta categoría, además de que 3 de cada 4 empleos generados a nivel nacional son ofertados por las mismas” (INEC, 2014), sin embargo y a pesar de lo mencionado previamente, el sector textil ecuatoriano enfrenta algunas dificultades derivadas principalmente, del ingreso desmedido de textiles de origen asiático, de cuestionable calidad, a precios inferiores al costo de producción de los nacionales; otro problema importante es el contrabando que según informó el SENAE para el año 2014 llegó a los \$6,9 millones en materia de textiles provenientes principalmente de Panamá, Colombia y Perú.

Es verdad que al ser de un tamaño inferior, las PYMES tienen que enfrentar ciertas dificultades como se ha mencionado, pero además lo referente a aspectos como la limitada capacitación que llegan a tener tanto operarios como gerentes de las mismas, además de la insuficiente capacidad tecnológica con la disponen puesto que en muchos de los casos el trabajo llevado a cabo por parte de las PYMES dedicadas a la confección sigue siendo

manual en un porcentaje representativo; de hecho, de acuerdo a la SENPLADES apenas un 3,7% de los equipos de que disponen estas empresas llegan a ser computarizados.

Al respecto se puede ver cómo en muchos de los casos estas empresas optan por prescindir de la inversión en automatización de procesos debido a que de acuerdo al tamaño y estructura de la empresa basta con el empleo de mano de obra física para poder generar los resultados lo suficientemente buenos para el estándar de la misma como para satisfacer la demanda que en muchos casos llega a ser netamente nacional.

Ciertamente en la actualidad en temas como el financiamiento se está trabajando para que estas empresas tengan un acceso más fácil al mismo y entonces sí aspirar a la inversión; lastimosamente instituciones como la CFN actualmente persiste en solicitar garantías de hasta el 140% por la solicitud de créditos por lo que urge la necesidad de que las respectivas gestiones sobre este particular se den para así favorecer el mejor ejercicio y desempeño de estas empresas.

Una de las grandes ventajas que este tipo de empresas tienen en el presente es que se cuenta con un marco legal que define puntualmente los parámetros a tomarse en consideración para su ejercicio así como para las actividades conexas tales como financiamiento e inversión, además que de acuerdo a la Constitución Nacional se ha dejado sentada dentro del cambio de matriz productiva, la mayor participación de este conjunto empresarial, impulsando para ello una serie de programas en pro de las mismas además de que también el plan de sustitución selectiva de importaciones busca fomentar a su vez el mayor desarrollo de estas empresas.

1.1.1.2 Pronóstico

Se puede apreciar entonces un panorama que por un lado es motivo de preocupación ya que de mantenerse las situaciones antes descritas, la industria textil y de confecciones del Cantón Quito, se verá seriamente afectada y limitada su competitividad tanto a nivel nacional e internacional. Sin embargo, de acuerdo con la información que también se ha señalado en el punto anterior se puede palpar como las pequeñas y medianas empresas de este sector tienen potencial para ser actores de mayor importancia en el entramado

económico nacional y desde luego para la generación del potencial suficiente para dar paso a una incorporación con mayor presencia en el ámbito internacional.

Se han mencionado factores importantes que develan cómo este tipo de empresa se constituye en fuente importante de empleos además del hecho de que nacionalmente durante los últimos años se ha venido trabajando de manera más enfática en el apoyo del ejercicio de la misma con el propósito de que en un mediano y largo plazo se pueda incrementar su crecimiento y participación de forma más notoria y efectiva.

“No se puede dejar de lado por instancias el hecho de que además se sabe por excelencia que las PYMES emplean mayoritariamente materia prima e insumos nacionales, lo que a su vez favorece también a otros sectores y ramas de la economía nacional promoviendo la explotación de dichas materias” (Araque W. , 2012, pág. 5) . De ahí que como se ha señalado ya, existen a pesar de sus dificultades, oportunidades potenciales de desarrollo que propendan finalmente a que puntualmente las PYMES textiles de Quito puedan incorporarse al ejercicio exportador.

Con respecto al ámbito exportador es pertinente mencionar que desde hace ya varios años atrás las exportaciones de nuestro país hacia los países miembros de la ALADI han representado cerca de la tercera parte de las exportaciones totales que el país ha hecho.

Un estudio de la Universidad Andina Simón Bolívar también reveló que el valor total estimado para efectos de ampliación de exportaciones hacia los países de la ALADI por parte de las PYMES ecuatorianas (las que ya exportan) sería de unos \$546 millones, mientras que el valor total estimado para efectos de nuevas exportaciones (de PYMES ecuatorianas que aún no lo hacen) es de \$28 millones; “consecuentemente, el valor total de las oportunidades para las PYMES ascendería a USD 576 millones que a su vez representarían 1,6 veces la oferta actual de exportación, equivalente a algo más de USD 300 millones” (Ekos negocios, 2012, pág. 75).

1.1.1.3 Control del pronóstico

El presente estudio pretende determinar la situación actual de las PYMES nacionales y textiles del Cantón Quito de cara a enfrentar los retos de la internacionalización (exportación), su competitividad y permanencia en el mercado local sugiriendo para ello

alternativas plausibles que podrían impulsar y motivar a las empresas mencionadas al ejercicio exportador.

Al respecto, “la evidencia internacional sugiere que las empresas más productivas son las que exportan” (Castro & Saslavsky, 2009, pág. 145), por lo tanto este precepto debe ser un referente y patrón a seguir si se busca la consecución de lo que ha de plantearse en este trabajo de investigación. Es lógico pensar que hay varios factores que juegan un rol crucial al momento de una empresa, en este caso una PYME, inclinarse hacia una actividad exportadora puesto que justamente factores económicos, técnica, nivel de modernización y uso de tecnologías pueden llegar a ser claves al momento de decidir sobre la incorporación de una determinada empresa al sector exportador.

Está además el factor de riesgo que intrínsecamente viene incorporado cuando se habla de negocios internacionales, sin embargo, mediante una buena asesoría, y apoyo no solo de parte de la empresa pública sino también de parte de la empresa privada es posible mirar en tales riesgos una oportunidad que si bien en un principio puede ser dificultosa para quien la empieza, en un mediano y largo plazo puede convertirse en una actividad lucrativa y por ende rentable.

Con respecto a lo mencionado en el párrafo previo se señala que:

La participación privada es trascendental en el desarrollo productivo y exportador; las cifras de la participación empresarial en las exportaciones así lo demuestran. Desde hace varios años las consultas e intercambio de información entre el sector público y privado en el país se realiza mediante un entendimiento no escrito, y aunque no todos ellos son de carácter informal, persisten fallas en la participación y la coordinación de ambos. (FEDEXPOR, 2013, pág. 112)

Por ende este aspecto ha de ser indispensable a observar puesto que no puede haber una disparidad o alejamiento entre ambas instancias ya que se sobrentiende que de manera conjunta existirá una mayor colaboración y aporte para con el grupo empresarial de interés en esta investigación.

Por estos motivos es preciso brindar apoyo técnico y capacitación con el fin de que se consoliden las habilidades y capacidades empresariales, más aun por tratarse de las PYMES que como se ha señalado, juegan en efecto un papel fundamental en el entramado

económico del país. Ciertamente, con la ayuda apropiada además en el aspecto financiero y de fomento a las exportaciones de este grupo empresarial se puede augurar un crecimiento efectivo y sostenido de estas empresas, por lo tanto es necesario observar varios elementos como los ya citados, que conjugados pueden sin duda convertirse en elementos que en efecto se constituirán en promotores de la actividad exportadora para las PYMES.

1.1.2 Formulación del problema

¿Están en capacidad para exportar las PYMES dedicadas a la industria textil (confección) de la ciudad de Quito?

1.1.3 Sistematización del problema

¿Se han desarrollado mecanismos que en la actualidad han fomentado el ejercicio exportador en la pequeña y mediana empresa nacional?

¿Los mecanismos de fomento a las exportaciones han fortalecido y desarrollado el ejercicio exportador del sector textil (confecciones)?

¿Presentan las PYMES de la industria textil de Quito conflicto para llevar a cabo exportaciones?

¿Existen factores que den paso a posibilidades reales y determinantes de exportación para las PYMES pertenecientes a la industria textil de Quito (confecciones)?

1.1.4 Objetivo General

Determinar la situación actual y perspectivas de exportación de las PYMES textiles del Cantón Quito.

1.1.5 Objetivos Específicos

- Determinar las principales dificultades que encuentran estas empresas para exportar

- Identificar los principales mecanismos y/o programas que han surgido en los últimos años en beneficio de las PYMES nacionales para su desarrollo y potencial ejercicio en la actividad exportadora
- Proponer alternativas de solución ante la problemática de la incorporación de las PYMES textiles del Cantón Quito al ejercicio exportador.

1.1.6 Justificación

Surge el interés por investigar cuál es la situación actual de las pequeñas y medianas empresas del país y puntualmente de las pertenecientes a la Industria Textil de la capital; está latente el interés por conocer cuáles son los motivos que podrían o no tener quienes administran estas empresas para aspirar a trascender en su ejercicio por medio de la actividad exportadora.

Ciertamente por medio de los resultados que se despidan de esta investigación se aspira a que el grupo empresarial seleccionado para este estudio se pueda beneficiar en un mediano y largo plazo porque es necesario sacar el mayor de los provechos a los recursos de que dispone el país así como del soporte brindado de instituciones y personal tanto nacional como extranjero y que coadyuven al mejor desempeño de las mismas.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Teorías relativas al ejercicio exportador y al ejercicio exportador de las PYMES

Con respecto a este aspecto se puede considerar un fundamento inicial a través de la teoría de la ventaja absoluta de Adam Smith por medio de la cual manifestaba que cada nación se debe especializar en la producción de mercancías en las que tenga una ventaja absoluta, entendiéndose como tal, que una unidad de bien o producto elaborado por una nación sea producido con una menor cantidad de trabajo que lo empleado por otra nación, el efecto consecuente de su aplicación sería que “todos los países saldrían ganando con el comercio y se lograría la misma eficiencia a nivel internacional” (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2012) ya que “los países exportan aquellos bienes cuya producción requiere menos trabajo que otros países, e importan aquellos bienes en cuya producción requiere más trabajo que otras

naciones” (Smith, Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones, 1974).

Por otro lado la Teoría de la Base de Exportación de Douglass Cecil North propuesta en 1955 plantea que:

Las regiones son economías abiertas muy dependientes del exterior, se divide la economía en dos sectores (sector básico exportador y sector residencial, éste último muy dependiente de la demanda local), y considera que las exportaciones son el motor que inicia el crecimiento local y/o regional, determinando su alcance a través del efecto multiplicador que dichas exportaciones a otras regiones producen sobre las actividades residenciales. (Sánchez, 2013)

Se tiene que considerar además que “las exportaciones ofrecen la oportunidad para obtener economías de escala, diversificación de mercados, y proveen una mayor estabilidad a la empresa, sin hacerla dependiente de un mercado en particular. Además, las exportaciones permiten a la firma aprender de la competencia, hacerla más sensitiva a diferentes estructuras de demanda y enfrentarse a diversos entornos culturales” (Czinkota M. R., 2002, pág. 324)

Por otro lado, es importante considerar que las exportaciones representan una de las más importantes alternativas de expansión de una empresa en el mercado; en efecto, “el hecho de que nuevos clientes vivan en otros países ha motivado a los gobiernos a idear instrumentos públicos diseñados para fomentar las exportaciones, particularmente de las PYMES” (Czinkota, 1982, pág. 47)

Con respecto al ámbito de las PYMES en el ejercicio exportador se puede mencionar a su vez que “en el ámbito internacional, los programas de promoción de exportaciones son concebidos y diseñados especialmente para fomentar las exportaciones de la PYME, tanto en países desarrollados como en desarrollo” (Singer & Czinkota, 1994, pág. 71); sin embargo no está por demás señalar que “son este segmento de empresas las que están en desventaja al decidir competir internacionalmente, dada la complejidad del entorno de los negocios internacionales y la comparativa escasez de recursos de este segmento de empresas” (Seringhaus, 1991, pág. 115).

A pesar de lo señalado previamente “la importancia de la PYME como exportadora se manifiesta desde distintos ámbitos; algunos autores señalan que ellas poseen ventajas

competitivas únicas que les permitirían tener un desempeño exitoso en el mercado internacional, por ejemplo, tiempos de respuesta más cortos y capacidad de personalizar sus operaciones más fácilmente adaptando sus procedimientos a los requerimientos del cliente” (M. Kotabe, 1992, pág. 637)

Adicionalmente, se tiene que “en las economías en transición, el rol de las Pymes es mucho más importante para el comercio internacional. Quizá el aspecto más relevante está dado por la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación y el alto contenido de valor agregado en cuanto a productos y servicios. (Universidad de Palermo, 2013, pág. 5)

Además, la promoción efectiva del comercio internacional y de los programas de desarrollo de las exportaciones son el pivote para los emprendedores y las PYMES que quieren entrar en los mercados internacionales (Universidad de Palermo, 2013, pág. 6)

En efecto, se puede constatar entonces como el ejercicio exportador y, puntualmente de acuerdo al interés de este trabajo de investigación el de las PYMES, es a la verdad una actividad necesaria y hasta indispensable para el desarrollo de una nación y de las industrias que lo conforman; no por nada, parte de los fundamentos de la Teoría Clásica del Comercio Internacional sostiene que “En un mundo sin comercio, una nación tendría que producir todos los bienes ella misma para satisfacer sus necesidades; sus decisiones de producción serían al mismo tiempo sus decisiones de consumo basadas en los recursos y tecnología disponibles” (Sordo, 2013)

1.2.2 Sobre la internacionalización y promoción de las exportaciones

Se puede señalar inicialmente que, “por internacionalización de empresas entendemos al grupo de acciones y maniobras que una compañía debe desarrollar para penetrar en un mercado y beneficiarse de los recursos que se originan en ese mercado” (Orlandi, 2011)

Se puede deducir que el ejercicio exportador ha de entenderse que conlleva el esfuerzo, voluntad, recursos y persistencia de parte de quienes pretenden llevar a cabo esta actividad, es lógico pensar que pueden surgir barreras y dificultades mismas que deben sortearse mediante varios recursos; en efecto:

Las empresas que están iniciando o desarrollando su internacionalización se enfrentan a una serie de problemas que por sí mismas no siempre pueden resolver. Las entidades públicas y privadas que diseñan e implementan los programas de ayuda a la internacionalización deben hacerlo partiendo de la determinación de las necesidades de las empresas. Estas necesidades varían en función, entre otros factores, de la etapa en que se encuentre las empresas en su proceso de internacionalización. (Calderón & Fayos, 2010).

Por lo tanto, para efectos de un efectivo ejercicio exportador es importante tomarse en cuenta la promoción de las exportaciones, que como se mencionó en el párrafo anterior tiene que ser dado de parte de los organismos públicos y privados. En efecto, para Seringhaus (1986) la promoción de exportaciones, son:

Las medidas de política pública que actual o potencialmente conducen a la actividad exportadora al nivel empresarial, industrial o nacional. Aunque ésta puede ser proporcionada, tanto por organismos públicos, como por organismos privados o mixtos. (Vargas, 2010). Wheeler (1990) argumenta que muchas empresas son incapaces de realizar las exportaciones agresivamente por la carencia de experiencia, por sus recursos limitados o por otro obstáculo percibido, barreras para la exportación. Por lo tanto, los programas de promoción de exportaciones son suministrados por el gobierno, asociaciones comerciales u otras organizaciones, para ayudar a las empresas a superar dichas barreras; especialmente a las PYMES. (Vargas, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales , 2010)

Por su parte, Hibert (1190) sostiene que “los objetivos y políticas nacionales de exportación son la guía para la creación y desempeño de los programas de promoción de exportación que proporcionan el apoyo para el logro de los objetivos de exportaciones específicos” (Vargas, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales , 2010)

Sin embargo, lo señalado previamente es nada más parte de la problemática puesto que por otro lado, está la problemática del desconocimiento de los programas, medidas y políticas de exportación por parte de las empresas. Al respecto, se puede indicar que “la existencia de una oferta de programas de promoción no implica necesariamente el conocimiento de los mismos por parte de los potenciales clientes o beneficiarios. Algunos

estudios han puesto de manifiesto que es considerable el desconocimiento de las empresas de los servicios disponibles” (Calderón H. F., 2002)

De ahí que una de las tareas más importantes en las que el sector público principalmente es el llamado a llevar a cabo tiene que ver con el desarrollo de asesorías y capacitación hacia las empresas que tienen el deseo de ejercer una actividad exportadora, y no solo eso sino que además no hay que dejar de lado el tema del financiamiento y el direccionamiento del apoyo y esfuerzos a la empresa o grupo de empresas de las que existe una expectativa real de incorporarse a la actividad exportadora; en efecto, “si se puede demostrar de forma clara que el apoyo público puede ayudar a satisfacer las necesidades y facilitar la experiencia exportadora, más empresas desearán apoyarse en los servicios de promoción disponibles y los considerarán como una parte complementaria de su proceso de internacionalización. (Calderón & Fayos, 2002).

Autores como Singer y Czinkota ponen de manifiesto al respecto que “el conocimiento de exportación aumenta las actividades de pre-exportación tales como la decisión, planificación, contactos y canales; el uso de los programas de promoción a las exportaciones dota a los gerentes con información y experiencia para ayudarles a superar las barreras a la exportación y aumentar su nivel de actividad previa a la exportación. (Vargas, 2010), de ahí que toda la ayuda que pudiera recibir la empresa para el acometido de la internacionalización es esencial ya que esto lógicamente le permitirá a la empresa a adquirir mayor expertiz, que a su vez le será de mucha ventaja cuando se trate de penetrar estratégicamente a un mercado internacional.

En adición a lo mencionado previamente, se sabe que lastimosamente empresas como las pequeñas y medianas son las que justamente son más susceptibles a la problemática del desconocimiento de las medidas, planes y/o proyectos de fomento a las exportaciones, de hecho, “el conocimiento de los servicios de exportación ofertados por el gobierno, particularmente entre las pequeñas y medianas empresas, se ha encontrado que es muy bajo” (Reid, 1984; Seringhaus, 1987)

Es importante recalcar que no se puede esperar que una medida, plan, proyecto o propuesta pueda ser aplicada de la misma manera de forma indiferente al tamaño y tipo de empresa, es entonces “necesario conocer, las características de las empresas a las que va destinada la promoción” (Amposah et al, 1997), y en este sentido entonces se puede

concluir que si bien todo tipo de empresa debe tener acceso a los programas estatales, “las empresas grandes, que poseen mayores recursos, podrían exportar sin la asistencia de los servicios del gobierno; mientras que, las PYMES pueden necesitar más y diferentes tipos de apoyo, debido a que sus recursos humano y financiero son menores” (Vargas, Instituto de Investigaciones Economicas y Empresariales , 2010)

1.2.3 Sobre la asociatividad empresarial

Con respecto al tema de la asociatividad empresarial, conglomerados, encadenamientos productivos o clusters como también se los conoce, constituye como se podrá ver posteriormente en esta investigación, en una de las herramientas más importantes y de más peso con respecto a la incorporación de las PYMES textiles del Cantón Quito al sector exportador, por ahora, es necesario poner de manifiesto lo que a nivel teórico se plantea sobre este particular. Se tiene pues que “la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (Cerdan, 2003, pág. 23)

Se trata de:

“un enfoque estratégico que reconoce la importancia del trabajo articulado y conjunto entre empresas para enfrentar los mercados globalizados y la creciente y fuerte competencia proveniente de otras empresas del país y del exterior; se fundamenta en la construcción de alianzas alrededor de objetivos, propósitos o metas comunes; trata de construir una visión compartida en busca de soluciones grupales y no individuales” (Mercedes Onofa, 2013, pág. 129)

Es decir, que, el concepto de asociatividad empresarial trasciende puesto que además se constituye como un proceso transparente que busca el fortalecimiento del conglomerado, promueve la participación directa e indirecta de las empresas integrantes; al ser transparente, se sobrentiende que el intercambio de información así como de experiencias es algo que debe darse de forma natural. Sin embargo, algo en gran manera importante con respecto a la asociatividad empresarial es que “mantiene la autonomía de cada negocio

individual, pero aceptando, asimilando y comprometiéndose en las decisiones y valores establecidos por el grupo” (Mercedes Onofa, 2013, pág. 129)

Es tal su importancia puesto que se constituye en “una respuesta a la globalización y la apertura de mercados, especialmente para las MIPYMES... permite aplicar estrategias para reducir costos en distintos procesos de la actividad empresarial. Se comparte riesgos y costos. Mejora de manera importante los indicadores de productividad. Facilita la inserción de las empresas en cadenas productivas y acceso de nuevos mercados” (Franco, 2009)

Además, la cooperación entre empresas desarrolla un papel importante en la internacionalización de la pyme, sobre todo durante las primeras etapas del proceso, pues éstas cuentan con menos recursos y menor experiencia internacional de inicio (García-Canal, 2004). Así, mediante el instrumento de la alianza, la pyme puede acelerar su proceso de internacionalización, penetrando “en un mayor número de mercados internacionales, pasando de local a global, en un plazo más breve de tiempo” (Canals, 1999, pág. 32); para que las pyme sean globalmente competitivas deben ser globalmente cooperativas (H.V. Perlmutter, 1986, pág. 152)

Es por lo tanto necesario destacar “la necesidad básica de las empresas medianas y pequeñas de asociarse para lograr sobrevivir en un mundo globalizado y muy competitivo, manteniendo sus propias autonomías pero juntándose por un objetivo común” (Rosales, 1997, pág. 51)

1.3 Adopción de una perspectiva teórica

De acuerdo al presente trabajo de investigación a continuación se procede a seleccionar aquellas teorías de entre las manifestadas en la sección anterior que sustentan el interés de esta tesis; se tiene entonces:

- La Teoría de la Base de Exportación de Douglass Cecil North propuesta en 1955 plantea que las exportaciones son el motor que inicia el crecimiento local y/o regional, determinando su alcance a través del efecto multiplicador que dichas exportaciones a otras regiones producen sobre las actividades residenciales. (Sánchez, 2013)

- Las entidades públicas y privadas que diseñan e implementan los programas de ayuda a la internacionalización deben hacerlo partiendo de la determinación de las necesidades de las empresas. (Calderón & Fayos, 2010).

- Wheeler (1990) argumenta que muchas empresas son incapaces de realizar las exportaciones agresivamente por la carencia de experiencia, por sus recursos limitados o por otro obstáculo percibido, barreras para la exportación. Por lo tanto, los programas de promoción de exportaciones son suministrados por el gobierno, asociaciones comerciales u otras organizaciones, para ayudar a las empresas a superar dichas barreras; especialmente a las PYMES. (Vargas, Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales , 2010)

- “la asociatividad es un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, en donde cada empresa participante, manteniendo su independencia jurídica y autonomía gerencial, decide voluntariamente participar en un esfuerzo conjunto con los otros participantes para la búsqueda de un objetivo común” (Cerdan, 2003, pág. 23)

- La asociatividad es “una respuesta a la globalización y la apertura de mercados, especialmente para las MIPYMES... permite aplicar estrategias para reducir costos en distintos procesos de la actividad empresarial. Se comparte riesgos y costos. Mejora de manera importante los indicadores de productividad. Facilita la inserción de las empresas en cadenas productivas y acceso de nuevos mercados” (Franco, 2009)

- “las exportaciones ofrecen la oportunidad para obtener economías de escala, diversificación de mercados, y proveen una mayor estabilidad a la empresa, sin hacerla dependiente de un mercado en particular. Además, las exportaciones permiten a la firma aprender de la competencia, hacerla más sensitiva a diferentes estructuras de demanda y enfrentarse a diversos entornos culturales” (Czinkota M. R., 2002, pág. 324)

- “El rol de las Pymes es mucho más importante para el comercio internacional. Quizá el aspecto más relevante está dado por la promoción de la actividad emprendedora, el fomento de la innovación y la capacidad de diversificación y el alto contenido de valor agregado en cuanto a productos y servicios. (Universidad de Palermo, 2013, pág. 5)

- Mediante el instrumento de la alianza, la pyme puede acelerar su proceso de internacionalización, penetrando “en un mayor número de mercados internacionales, pasando de local a global, en un plazo más breve de tiempo” (Canals, 1999, pág. 32)

1.4 Marco Conceptual

Clusters: Recoge el concepto de agrupaciones de empresas complementarias e interconectadas; son comunidades de empresas e instituciones ubicadas en un espacio geográfico definido que actúan en una determinada actividad productiva, los cuales agrupan gran variedad de industrias y entidades relacionadas para generar una mayor competitividad en el mercado. (Cultura E, 2013)

SENPLADES: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo.

SENAE: Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

AITE: Asociación de Industriales Textiles de Ecuador.

Capítulo II

Método

2.1 Nivel de estudio

El presente estudio es de tipo descriptivo puesto que mediante la información recabada se pretende dar a conocer la problemática actual en torno al tema de la incorporación en el sector exportador de parte de las PYMES textiles de Quito. Mediante la presente investigación se busca poner de manifiesto varios aspectos tales como programas gubernamentales, normativa nacional, información primaria de parte de las empresas del sector en cuestión, así como propuestas para la consecución del fin planteado en esta investigación.

Es exploratorio dado que es necesario indagar en fuentes tanto primarias como secundarias para de esta manera lograr abarcar varios aspectos en torno al tema de esta investigación y de esta manera poder palpar el rol de las PYMES en el entramado económico nacional así como también el de las PYMES textiles sobre el mismo aspecto, haciendo énfasis en la perspectiva del ejercicio exportador que constituye la problemática esencial de este trabajo.

2.2 Modalidad de investigación

Como se ha señalado entonces, el desarrollo de la presente investigación será tanto de campo por medio de la realización de encuestas, entrevistas, asistencia a eventos que guarden relación con el tema en cuestión, así como documental por medio de fuentes múltiples como ya se ha señalado en el punto previo para entonces lograr captar varias perspectivas puntos de vista sobre el tema de la investigación

2.3 Método

Constituye en sí la elección de medios y procesos sistemáticos, metódicos, objetivos, medibles, en función del tipo de investigación que se pretende llevar a cabo y que facilitarán la consecución de objetivos planteados. Siendo así, los métodos a emplear serán los siguientes:

2.3.1 Método Histórico

Por el cual se procederá a estudiar y analizar los aspectos situacionales tanto de las PYMES como de la industria textil (confecciones) en el país en un periodo de tiempo determinado, haciendo énfasis en datos estadísticos e información de los últimos años para tener una perspectiva actualizada sobre el panorama en cuanto a la temática a tratar.

2.3.2 Método Deductivo

Por el cual se observará la situación planteada en este trabajo empezando a nivel general, es decir, del conocimiento generado y aceptado como válido tanto en lo referente a las PYMES y a la industria textil del país para posteriormente analizar la situación particular ya mencionada previamente, con el fin de determinar conclusiones, soluciones y alternativas a la temática planteada.

2.4 Población y muestra

En la presente investigación la población está constituida por la PYMES textiles del Cantón Quito.

Población

Como se ha señalado esta estará conformada por las PYMES textiles del Cantón Quito

Muestra

En la muestra se tendrá los siguientes parámetros:

La unidad de muestra será al gerente o encargado del área pertinente o quien tenga el conocimiento sobre el tema.

Respecto al marco muestral se realizará una encuesta a cada uno de los representantes de las empresas seleccionadas.

La recolección de datos se realizará mediante la serie de resultados obtenidos provenientes de preguntas cerradas puntuales, lo que permitirá tener un conocimiento más

amplio y directo del tema en cuestión ya que se podrá conocer de primera mano la opinión de quienes conforman este grupo empresarial sobre su disposición hacia el ejercicio de exportador, así como también su opinión respecto de las instituciones nacionales y su gestión en toro al fomento de la actividad de estas empresas a nivel interno como internacional. De tal manera se podrá captar los beneficios posibles inconvenientes que estas empresas pudieran tener que enfrentar ante la problemática de la exportación.

Por tal razón se considerará datos estadísticos de PYMES textiles del Cantón Quito proporcionado por la Superintendencia de Compañías.

Al observar el **anexo 2** se puede apreciar la lista que comprende las 73 empresas que de acuerdo a la información provista por la institución señalada previamente están delimitadas dentro de los parámetros siguientes: PYMES de las manufacturas textiles (confecciones) del Cantón Quito.

Por consiguiente en la presente investigación se pudo obtener por parte de la Superintendencia de Compañías la información pertinente sobre el número de PYMES de la Industria Textil de Quito, número que asciende a 73 empresas. Para efectos de tomar una muestra se procedió a la aplicación de una fórmula matemática con la que se determinó la misma a un número final de 33 empresas, como se detalla a continuación:

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

Dónde: n = muestra

Z = varianza

P = probabilidad de que un hecho suceda

Q = probabilidad de que un hecho no suceda

N = universo

e = margen de error

$$n = \frac{1,65^2 * 0,7 * 0,3 * 73}{0,10^2(73 - 1) + 1,65^2 * 0,7 * 0,3}$$

$$n = \frac{2,72 * 0,7 * 0,3 * 73}{0,01(72) + 2,72 * 0,7 * 0,3}$$

$$n = \frac{41,69}{1,29}$$

$$n = 32,3 \approx 33$$

La encuesta planteada estuvo conformada por 16 preguntas cuyo detalle y tabulación se podrá determinar en el desarrollo del siguiente capítulo.

2.5 Selección de los instrumentos para la investigación

Para la consecución de este trabajo investigativo se dispuso de las siguientes herramientas:

Encuesta: Se ha tomado en consideración la elaboración de encuestas dirigidas hacia la muestra obtenida de entre las PYMES textiles del Cantón Quito ya mencionadas en el anexo 2. Por medio de esta herramienta se pretende obtener una mirada más cercana a la realidad de estas empresas en cuanto a su postura frente a la incorporación en el ejercicio exportador así como también aspectos paralelos que de una u otra forma influyen en su ejecución de dicho ejercicio.

La encuesta planteada se conformó por 16 preguntas cerradas. El uso de encuestas estará direccionado preferentemente a los administradores de las empresas seleccionadas en caso de no lograr tener un acceso a los gerentes o propietarios de las empresas con las cuales seguramente se podrá obtener un panorama más claro en torno a la problemática en cuestión.

Entrevista: Por otro lado, esta herramienta está dirigida puntualmente para determinadas autoridades de instituciones involucradas con el desarrollo de las PYMES de la industria textil de Quito; si es pertinente también se dispondrá de esta herramienta para emplearla con los gerentes de las empresas seleccionadas para el estudio.

2.6 Procesamiento de datos

Con respecto a la información obtenida a través de las encuestas, se procedió a tabular individualmente cada una de las preguntas por medio de la elaboración de tablas y gráficas de pastel o barras así como una breve explicación que facilite la comprensión de los resultados obtenidos.

Capítulo III

Resultados

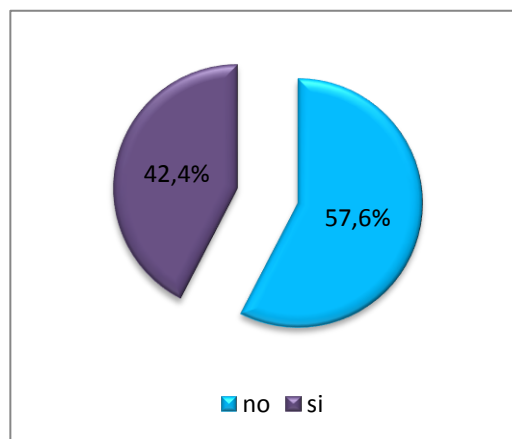
3.1 Levantamiento de Datos

De acuerdo a lo señalado en el capítulo previo, se procede a mostrar los resultados obtenidos de las encuestas efectuadas. Cabe recalcar que dentro de la exposición de resultados se tomará en cuenta la selección puntual de aquellas preguntas que guardan una relación más estrecha con la problemática planteada en esta investigación.

3.1.1 Resultados con respecto al objetivo específico 1: Determinar las principales dificultades que encuentran estas empresas para exportar

Para efectos de dar respuesta a la problemática planteada en el primer objetivo específico a continuación se procede a dar conocimiento de los resultados obtenidos en las preguntas de la encuesta que aportan significativamente al mayor entendimiento del punto señalado. Se tiene entonces:

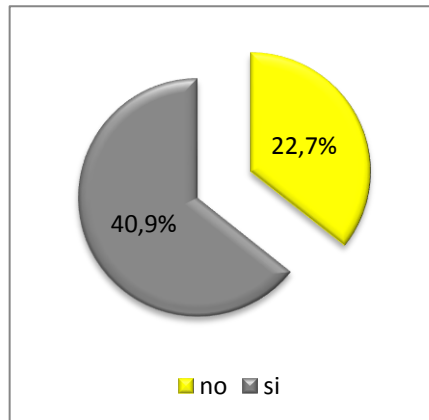
1.- ¿Pertenece su empresa a algún gremio o asociación?



La importancia de pertenecer a un gremio o asociación es importante ya que la empresa puede contar con apoyo especializado en el ejercicio de la actividad que lleva a cabo así como apoyo en áreas de capacitación, participación en el exterior, mejoramiento de calidad, promoción de exportaciones así como direccionamiento de la empresa; de acuerdo con los resultados obtenidos por medio de esta pregunta se pudo constatar que más de la

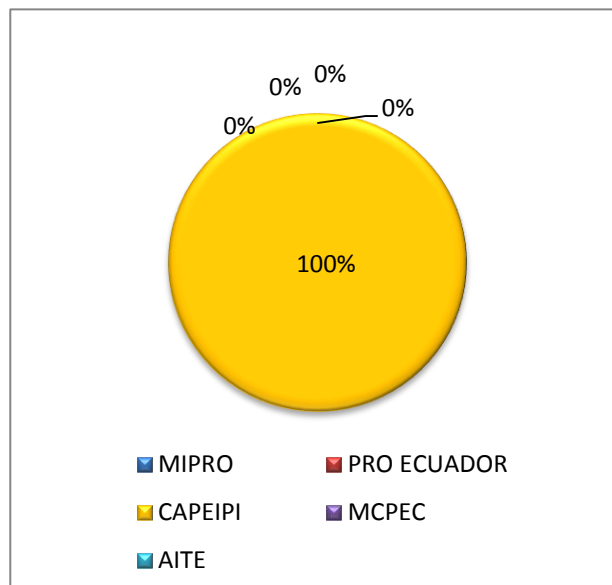
mitad de las empresas encuestadas (19 de las 33 seleccionadas) afirman no pertenecer a un gremio hecho que preocupa por los motivos señalados.

2.- ¿Si su empresa pertenece a algún gremio o asociación recibe alguna clase de apoyo del mismo?



Como se pudo explicar en la pregunta previa, el hecho de permanecer a una entidad como lo es un gremio o una asociación es importante por los motivos ya explicados; lastimosamente la pregunta pudo revelar que aun cuando 14 de las empresas encuestadas afirmaron pertenecer a un gremio empresarial, apenas 9 de ellas que representan menos del 50% afirman recibir algún tipo de apoyo el mismo que en su mayoría fue identificado como cierta capacitación eventual.

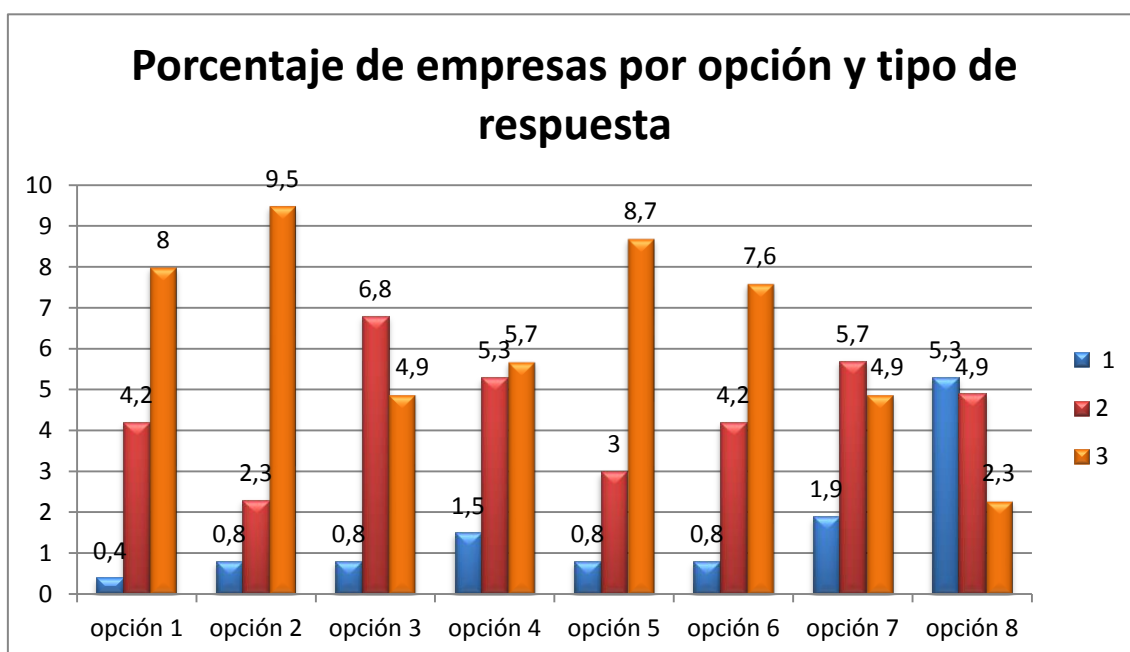
3.- ¿Recibe su empresa algún tipo de apoyo de parte de alguna de las siguientes instituciones?



El resultado obtenido manifiesta por un lado que de las 33 empresas encuestadas apenas 14 de ellas señalaron recibir alguna clase de apoyo de parte de alguna institución; cabe resaltar el hecho de que estas 14 empresas afirmaron en su totalidad recibir apoyo de parte de la CAPEIPI, apoyo que se ve reflejado esencialmente en asistencia técnica, ferias nacionales, capacitación y asesorías regulares en temas como mejoramiento de la calidad y capacitación al personal de la empresa.

4.- ¿Califique la sensibilidad de las áreas de su empresa de acuerdo a la situación actual del país? (siendo 3 un área muy sensible a cualquier cambio y 1 un área no muy sensible)

	1	2	3
Finanzas	1	11	21
Comercial	2	6	25
Mercadeo	2	18	13
Recursos Humanos	4	14	15
Producción	2	8	23
Operaciones: Compras y logística	2	11	20
Contabilidad	5	15	13
Gestión del Medio Ambiente	14	13	6



De acuerdo con el resultado obtenido se puede evidenciar que la gran mayoría de empresas encuestadas manifestaron que las áreas más sensibles en sus empresas corresponden al área comercial, producción, finanzas y operaciones (compras y logística) en ese orden, con mayor claridad los resultados reflejan que a criterio de las respectivas empresas seleccionadas la venta de sus productos llega a ser un factor muy sensible a la realidad nacional puesto que no siempre se logran concretar el nivel de ventas esperado localmente, lógicamente este aspecto va de la mano del tema de producción (mayores ventas mayor producción y viceversa) que como se ha visto es también sensible; por otro lado, se pudo palpar que a nivel de financiamiento existen trabas que a su vez limitan la gestión y desarrollo de estas empresas y en un rango bastante similar lo concerniente con la adquisición de materia prima y suministros factores que se ven afectados por aspectos como el despacho de los mismos.

Estos factores son motivo de consideración ya que reflejan una realidad que a su vez se constituye en motivos por los que a su vez estas empresas pueden enfrentar barreras o limitantes al pretender expandir sus operaciones a nivel externo, es decir realizando exportaciones. Un factor que a su vez llama la atención es lo referente a la gestión del medio ambiente considerado en la pregunta, se puede constatar como a nivel general, ninguna de las empresas encuestadas lo considera como factor de sensibilidad para su empresa, sin embargo recordemos que los temas relacionados con el manejo de residuos así como prácticas generales de gestión del medio ambiente juegan un aspecto importante para buscar estandarizaciones internacionales que sin lugar a dudas se pueden constituir en factores que faciliten el ingreso de mercancías a mercados extranjeros.

5.- Enumere del 1 al 10 en orden de importancia la problemática del sector (textil) para la mayor generación de competitividad (de la empresa)

Es necesario explicar que por motivos de extensión en cuanto a los resultados obtenidos para esta pregunta, se procedió a criterio de quien realizó este trabajo a categorizar dicha calificación en 3 sub grupos que simplifiquen el proceso de tabulación, no por ello dejando de entenderse y percibirse la intencionalidad de las respuestas obtenidas.

Los criterios calificados fueron:

Existe poca oferta de personal capacitado para el nivel operativo
No existe suficiente oferta de créditos productivos o dificultad para cumplir los requisitos de acceso
Falta oferta de servicios de desarrollo empresarial
Existe un rezago tecnológico
No existe un desarrollo de proveedores
Incrementar la implementación de normativa y regulaciones técnicas
Deficiente infraestructura de producción y comercialización
Simplificación de tramites
Desfase entre la política macroeconómica y las políticas del sector productivo
Limitada capacidad gerencial de los productores, empresarios y organizaciones

El primer sub grupo corresponde al orden del 1 al 3, el segundo a los órdenes del 4 al 6 y el tercero del 7 al 10. Ha de entenderse que el primer sub grupo hace referencia al criterio más importante según el juicio del encuestado, el segundo sub grupo corresponde a un rango medio de importancia y el tercero a un rango de baja importancia según el juicio del encuestado. Se tiene entonces por criterio los resultados siguientes:

- Existe poca oferta de personal capacitado para el nivel operativo

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
15	45,5	10	30,3	8	24,2

- No existe suficiente oferta de créditos productivos o dificultad para cumplir los requisitos de acceso

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
15	45,5	9	27,3	9	27,3

- Falta oferta de servicios de desarrollo empresarial

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
14	42,4	7	21,2	12	36,4

- Existe un rezago tecnológico

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
3	9,1	11	33,3	19	57,6

- No existe un desarrollo de proveedores

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
8	24,2	9	27,3	16	48,5

- Incrementar la implementación de normativa y regulaciones técnicas

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
5	15,2	13	39,4	15	45,5

- Deficiente infraestructura de producción y comercialización

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
2	6,1	10	30,3	21	63,6

- Simplificación de tramites

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
15	45,5	9	27,3	9	27,3

- Desfase entre la política macroeconómica y las políticas del sector productivo

Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
15	45,5	10	30,3	8	24,2

- Limitada capacidad gerencial de los productores, empresarios y organizaciones

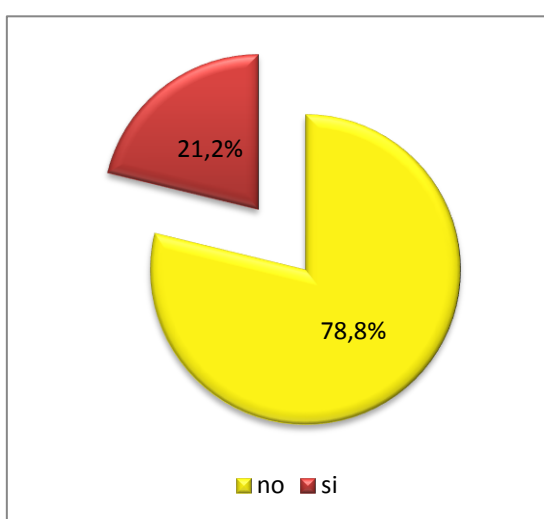
Subgrupo 1		Subgrupo 2		Subgrupo 3	
# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %	# de empresas	Representación %
7	21,2	11	33,3	15	45,5

De los resultados obtenidos resaltan los siguientes parámetros:

- 15 empresas consideraron de gran importancia como problemática del sector textil para la generación de competitividad de su empresa que “existe poca oferta de personal capacitado para el nivel operativo”
- 15 empresas consideran de gran importancia como problemática del sector textil para la generación de competitividad de su empresa que “No existe suficiente oferta de créditos productivos o dificultad para cumplir los requisitos de acceso”.
- 14 empresas consideran de gran importancia como problemática del sector textil para la generación de competitividad de su empresa que “Falta oferta de servicios de desarrollo empresarial”.
- 15 empresas consideran de gran importancia como problemática del sector textil para la generación de competitividad de su empresa la “Simplificación de trámites”.
- 15 empresas consideran de gran importancia como problemática del sector textil para la generación de competitividad de su empresa el “desfase entre la política macroeconómica y las políticas del sector productivo”.
- 15 empresas consideran de gran importancia como problemática del sector textil para la generación de competitividad de su empresa la “limitada capacidad gerencial de los productores, empresarios y organizaciones”.

En síntesis, los aspectos comentados previamente engloban condiciones que limitan una mayor generación de competitividad, hecho que a su vez lógicamente juega un factor decisivo a la hora de pensar en trascender sus actividades por medio del ejercicio exportador; de ahí que se podrá palpar tal inferencia al observar los resultados obtenidos en la siguiente pregunta tomada en consideración.

6.- ¿Se ha pensado en incorporar la empresa que representa a la actividad exportadora?

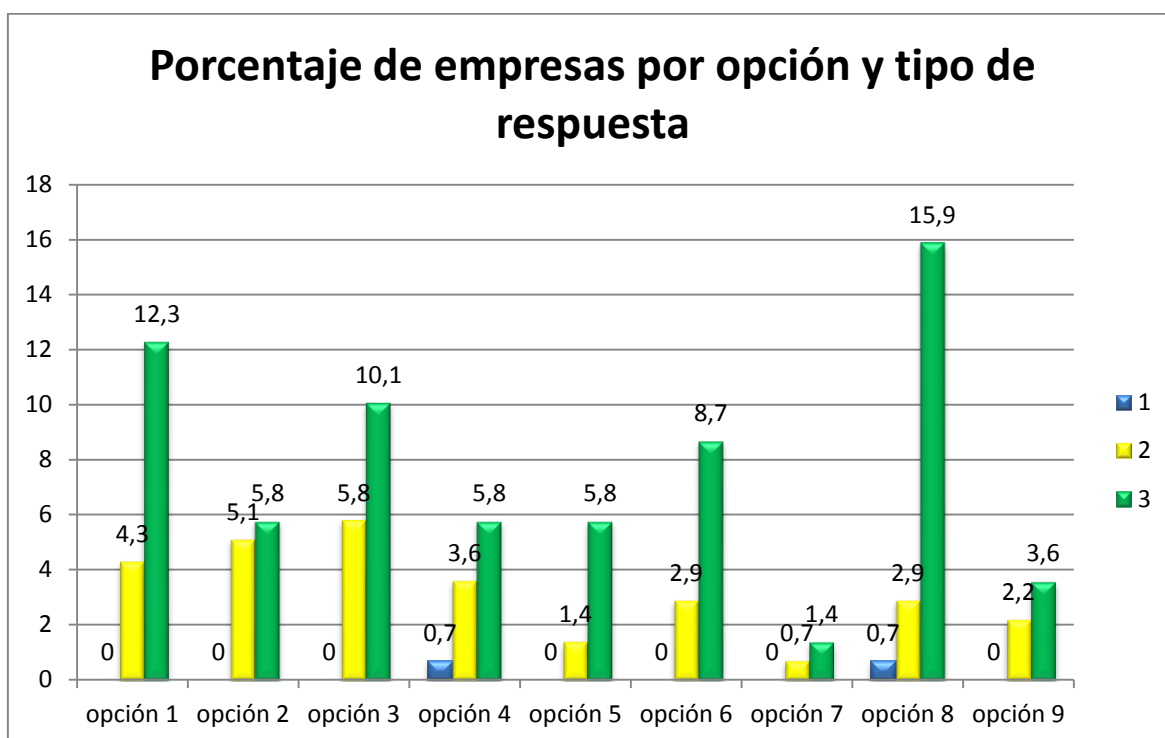


Sorprende el haber constatado en este punto cómo de las 33 empresas encuestadas, la gran mayoría (26 empresas) afirmaron no estar interesadas en llevar a cabo actividades de exportación, hecho que como ya se mencionó anteriormente, responde a la suma de factores tales como la falta de capacitación, dificultad de financiamiento, la no pertenencia a instituciones gremiales, desconocimiento de mecanismos y programas institucionales en pro de las exportaciones de las PYMES, además de factores endógenos como ventas irregulares y procesos logísticos que limitan el ejercicio de estas empresas.

Es pertinente enfatizar el hecho de que el ejercicio exportador y la consecuente internacionalización de la empresa es en términos generales un aspecto de gran relevancia ya que se sabe que mediante estas acciones se genera un crecimiento empresarial, además de que se mejoran los ingresos así como también se genera una mayor competitividad, ante lo cual, como se ha manifestado, es sugestivo observar los resultados obtenidos en esta pregunta.

7.- En su opinión el acceso a mercados internacionales le implicaría: (Seleccionar máximo 5 opciones y califíquelas teniendo en cuenta que 3 es la mayor puntuación y 1 la menor)

	1	2	3
Mayor velocidad de innovación		6	17
Reducción de los costos de producción		7	8
Ampliar infraestructura física		8	14
Capacitación del RR.HH.	1	5	8
Conocimiento de procesos de exportación		2	8
Actualización y renovación tecnológica		4	12
Vincular especialistas para los procesos productivos		1	2
Mejorar y ampliar el portafolio de productos	1	4	22
Incorporar procesos logísticos en almacenamiento, transporte y distribución de los productos		3	5



Se puede apreciar principalmente cuatro aspectos que a juicio de las empresas encuestadas implicaría para las mismas el acceder a mercados extranjeros; estos son: la mejora y ampliación del portafolio de productos, mayor velocidad de innovación, ampliación de la infraestructura física y actualización y renovación tecnológica en ese

orden; por lo tanto en este punto se puede palpar a su vez aspectos que al momento limitarían sus posibilidades para poder llevar a cabo exportaciones.

3.1.2 Resultados del objetivo específico 2: Identificar los principales mecanismos y/o programas que han surgido en los últimos años en beneficio de las PYMES nacionales para su desarrollo y potencial ejercicio en la actividad exportadora

De acuerdo al estudio realizado a nivel Institucional y la necesidad de apoyo de las PYMES en el sector textil y su actividad exportadora se ha puntualizado los principales mecanismos y programas indispensables para un mejoramiento en el desarrollo de las PYMES.

3.1.2.1 Políticas macroeconómicas como fomento productivo de las PYMES

Estas medidas tienen como propósito el ir más allá de solamente la promoción y generación de empleo por medio de proyectos específicos en pro de las PYMES, una de las acciones más importantes tomadas en cuenta para la consecución de estas medidas fue la del gobierno en lo que se refiere a gestionar la reducción de las tasas de interés así como también la imposición de recortes a comisiones de ciertos sectores del sistema financiero que eran por demás exageradas.

Al respecto, de acuerdo al Banco Central del Ecuador, las tasas referenciales y máximas vigentes desde el 2014 para las PYMES son de 11.20% anual y 11.83% anual respectivamente, hecho que si se compara con las tasas de interés vigentes hasta el año 2010 las cuales eran de 11.32% anual, muestran cierta mejora, a pesar de que posiblemente existe la posibilidad de trabajar más por mejorar las tasas representadas, por otro lado, parte de las políticas macroeconómicas y en este caso para la rama textil de las confecciones, puntualmente existe un “arancel mixto para las prendas de vestir y lencería del hogar, el cual es de 5,5 dólares por kilo neto de importación y un impuesto ad-valorem del 10%” (CIEPYMES, FLACSO, 2012)

Otro elemento importante de consideración como parte de las políticas macroeconómicas que también sirvió como elemento de apoyo para el fomento de las

PYMES fueron las modificaciones de los aranceles, hecho que se dio en dos facetas: por un lado se procedió a la reducción de los aranceles de importación de 1.957 subpartidas de las cuales 1.531 quedaron con un arancel de 0% mientras que las otras 426 con un 5%. Dentro de los sectores beneficiados se consideró afortunadamente a la rama, de esta manera las materias primas provenientes del extranjero se abarataron y consecuentemente las empresas nacionales lograron una mejor competitividad en mercados extranjeros.

A la par dentro de estas medidas se consideró también el incremento arancelario de 567 subpartidas de importación las cuales claramente mostraban competencia con la producción nacional, ramas como las manufacturas de cuero, calzado y las confecciones textiles fueron tomadas en cuenta.

3.1.2.2 Programa de Mejoramiento Continuo de la Calidad y la Competitividad en Pequeñas y Medianas Empresas (PMC-PYMES)

Este programa que ejecutado en el 2003 se constituiría en base para el fortalecimiento en la generación de programas posteriores de apoyo al desarrollo de las PYMES, de ahí a importancia de considerarlo; contó con un financiamiento de \$600.000 y consistió en brindar asistencia técnica a 120 PYMES que reunían condiciones de estabilidad administrativa, financiera, económica, pero principalmente que tuvieran posibilidades reales de exportación (Stumpo & Carlo, 2010) con el fin de desarrollar procesos de mejoramiento continuo de calidad y productividad en cada PYME, por medio de la participación de consultores seleccionados y firmas de consultoría.

El programa planteaba la oportunidad de que mediante cofinanciamiento mutuo los empresarios pudieran tener acceso a servicios especializados de calidad que fueran sustentables y confiables en el largo plazo para generar procesos en dichas empresas que guardaran estándares altamente calificados, lo que consecuentemente se traduciría en un apoyo indirecto para su inserción en mercados extranjeros ya que es de entender que al guardar dichos estándares similares a industrias extranjeras tendrían un nivel de competitividad similar lo que favorecería su ejercicio. El programa como parte de un proyecto de comercio exterior financiado por el Banco Mundial tuvo una duración de dos años y procuró mediante los mencionados procesos de calidad y productividad analizar las

posibilidades de mejoramiento de exportación de las PYMES, y aunque si bien en un inicio se hubo seleccionado a 120 empresas al final tuvo un alcance hacia 200.

3.1.2.3 Programa ExporEcuador

Este programa se llevó a cabo desde marzo del 2005 hasta marzo del 2009; es relevante mencionarlo puesto que el mismo serviría de base para el mejoramiento de la gestión llevada a cabo actualmente por PROECUADOR (anteriormente CORPEI) así como de otras instancias como la subsecretaría de MIPYMES justamente en el desarrollo de nuevos proyectos y programas eventuales que han ido llevando a cabo para la promoción de las exportaciones de este grupo empresarial. Se tiene entonces que este programa contó con el apoyo de la Unión Europea quien cofinanció el proyecto; se enfocó puntualmente en el fortalecimiento de la capacidad exportadora de las PYMES buscando facilitar y diversificar el acceso a nuevos mercados tanto de Europa como de la Comunidad Andina.

El financiamiento total del proyecto fue de 14 millones de euros de los cuales 10 millones (\$12,000.000) provinieron de parte de la Unión Europea, otros \$3,000.000 fueron dispuestos por parte del grupo de empresas a beneficiarse el millón de dólares restante de parte de la PROECUADOR. Con este presupuesto se pretendió llegar a unas 150 PYMES las mismas que tenían la oportunidad de recibir una cuota de financiamiento de hasta €20.000 (\$24.000) para recibir capacitación en lo referente a calidad y productividad.

El proyecto trabajó en torno a cuatro componentes que fueron “el desarrollo de la competitividad de las PYMES exportadoras y de las potenciales, apoyo al sector privado en la gestión de comercio exterior, desarrollo y promoción de la calidad, homologación y certificación de las exportadoras y asistencia técnica en materia de comercio” (ExpoEcuador, 2005)

3.1.2.4 Programa de compras estatales del Ministerio de Industrias y Productividad

Este programa se desarrolló dentro del marco del Plan Nacional de Desarrollo 2007 – 2010 mismo que se mantiene vigente por medio del Sistema Nacional de Compras Públicas. Este programa constituye un elemento de importancia estratégica para el

desarrollo de las PYMES debido a que en la actualidad “las compras estatales canalizan aproximadamente, 5.600 millones de dólares anuales y representan el 14,5% del PIB” (Stumpo & Carlo, 2010)

La creación del Sistema Nacional de Compras Públicas pretende mejorar la creación de plazas laborales fomentando de manera conjunta una participación más efectiva de las PYMES como empresas proveedoras del sector público con el fin de que dentro de los procesos de contratación las instituciones públicas den una mayor ventaja a las puntuaciones de este tipo de empresa.

3.1.2.5 Programas Consorcios de Exportación y Origen con Apoyo de ONUDI

Se trata de una herramienta del MIPRO que cuenta con el apoyo de la ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) y cuyo fin principal consiste en el mejoramiento del desempeño económico y social de las personas a través de la promoción de la asociatividad y fortalecimiento de las MIPYMES y artesanos del país para lograr la exportación de sus bienes y/o servicios y generar también una mayor oferta exportable por parte de las mismas.

Para este programa se toma en cuenta a las empresas que tengan ya cierto grado de madurez (tiempo de existencia) así como preferentemente que las empresas pertenezcan a un gremio o asociación empresarial ya que a largo plazo lo que se plantea es la generación de consorcios de exportación que sean sostenibles en el tiempo.

3.1.2.6 Ferias Inversas

Se trata de una serie de programas desarrollados por la Subsecretaría de MIPYMES por el cual se busca promover la sustitución selectiva de importaciones mediante el fortalecimiento del sector industrial para las MIPYMES productoras y de servicios con el fin de que estas respondan a la demanda de los sectores público y privado, es decir, se busca incrementar la competitividad de las empresas con el propósito de canalizar las demandas del Estado hacia las mismas. Cabe recalcar que dentro de este programa, el sector público actúa como organizador y comprador mientras que el sector privado exclusivamente como comprador.

El modo de acercamiento para la ejecución de este plan consiste en llevar a cabo ruedas de negocios reuniendo así de forma directa a la oferta y a la demanda con el objetivo de que se establezcan vínculos entre las partes y así formar alianzas estratégicas que posteriormente servirán para la realización de negocios. Para ventaja del grupo de empresas seleccionadas dentro de esta investigación, cabe mencionar que las ferias inversas toman en cuenta entre otros sectores al de la rama textil.

3.1.2.7 PRODUCEPYME

Se trata de un componente del programa FONDEPYME (Fondo de Desarrollo para la Pequeña y Mediana Empresa) que consiste en un programa de cofinanciamiento para promover la competitividad de las cadenas y sectores productivos del país por medio de asistencia técnica especializada en todos los procesos productivos llevados a cabo por las MIPYMES y artesanos. El programa busca también incrementar y mejorar la productividad de estas empresas haciendo énfasis en la sustitución selectiva de importaciones (estratégica e inteligente como también se le conoce) además de que busca la generación de un mayor valor agregado, de asociatividad, de empleo así como también la reducción de los costos en los procesos productivos.

El programa busca incrementar los estándares de calidad así como canalizar la transferencia de tecnología nacional y extranjera a las mencionadas empresas así como también apoyar en la generación de una diferenciación productiva competitiva a través del diseño conjunto de nuevos bienes y servicios mediante el apoyo en el desarrollo de investigación.

Este programa financia hasta un 80% del proyecto que se plantee, tratándose esto de unos \$50.000 en el caso de MIPYMES independientes y hasta \$100.000 en el caso de grupos asociativos, el 20% restante lo financian las propias empresas. Para postular al programa, tanto personas naturales como jurídicas deben hacerlo ingresando a través del sistema ProducePYME la documentación que se indica en dicho portal web.

En este programa pueden participar las empresas pertenecientes a los sectores priorizados a nivel nacional los cuales son: productos químicos y farmacéuticos, agroindustria, textiles y confecciones, cuero y calzado, vehículos, automotores, carrocerías,

cadena agroforestal sustentable, metal mecánica, plásticos, software y servicios, línea blanca y productos artesanales.

3.1.2.8 Exporta Fácil

Se trata de un programa elaborado por el Gobierno Nacional que tiene el fin principal de facilitar las exportaciones de las MIPYMES y artesanos a través de un sistema simplificado, ágil y económico de exportaciones por medio del operador postal público: Correos del Ecuador.

A través de este programa se pueden efectuar exportaciones de uno o varios paquetes de un peso hasta 30 kg cada uno y cuyo valor FOB no supere los \$5.000.

Mediante una serie de mínimas formalidades contenidas en el portal web www.exportafacil.gob.ec, las PYMES interesadas deben registrarse para ser parte del mismo. (El **anexo 3** muestra un ejemplo de formulario de registro de datos de la empresa)

3.1.2.9 Programa CREDIPYME de la Corporación Financiera Nacional

Se trata de un programa de créditos para las MIPYMES y consiste en un tipo de crédito al 9.8% de interés anual (valor que puede reducirse dependiendo el plazo) para la compra de activos fijos y capital de trabajo así como también para el financiamiento de actividades relacionadas con la asistencia técnica dirigida a su mejoramiento productivo y a la generación de valor agregado.

El monto del crédito va desde los \$25.000 hasta \$500.000 y el financiamiento de este programa ofrece a nivel general un 70% para el caso de proyectos nuevos y hasta el 90% para proyectos de ampliación. Sin embargo al tratarse de un crédito de montos representativos es necesario de acuerdo a la CFN y a la Ley General de Instituciones del Sistema Financiero nacional el fijar una garantía para poder acceder a dichos créditos, en este caso se habla de una equivalente al 140%, garantía que puede ser hipotecaria o prendaria dependiendo del proyecto.

3.1.2.10 Financiamiento estratégico de la CFN

Se trata de un tipo de financiamiento que apoya al cambio de la matriz productiva porque está direccionado para 5 industrias estratégicas (grande industria) como lo es para astilleros, petroquímica, siderúrgica, refinería y metalúrgica, pero también se enfoca en 14 sectores priorizados (grande y PYMES) que toma en cuenta sectores como el de alimentos frescos y procesados, calzado y confecciones textiles, hardware y software; el monto de crédito para el caso de las PYMES va desde los \$50.000 hasta \$200.000 con un tipo de financiamiento como se describe a continuación:

- Hasta el 70% para proyectos nuevos;
- Hasta el 100% para proyectos de ampliación;
- Hasta el 60% para proyectos de construcción para la venta.

En cuanto a los plazos, si se trata de crédito para activos fijos (obras civiles, maquinaria, equipo, fomento agrícola, etc.) se habla de un periodo de 10 años y si es empleado para capital de trabajo (materia prima, insumos, pago de mano de obra, etc.) se tratará de un periodo de 3 años.

Con respecto a las tasas de interés, para las empresas de la investigación, esto es, para las PYMES el rango va de 9,75% a 11,5% anual dependiendo del plazo. Se entrega una garantía no inferior al 125% del valor adeudado a la CFN.

3.1.2.11 Credifactura nacional e internacional

Es un crédito presentado por la Corporación Financiera Nacional para financiar necesidades de capital de trabajo de las PYMES. Se trata de un crédito a corto plazo del que se pueden beneficiar las empresas que llevan a cabo actividades de producción; la idea de esta herramienta es que las PYMES proveedoras puedan despachar los pedidos de compañías y contar con capital tomando en cuenta a sus facturas como garantía; el monto al que se puede acceder va desde los \$10.000 hasta un máximo de \$250.000 a una tasa del 8,5% y con un plazo de hasta 6 meses para pagar por cada desembolso.

A través de este crédito “se puede financiar hasta el 80% del valor de la factura, en el caso de la Credifactura internacional, también es un crédito a corto plazo que tiene como

objetivo satisfacer las necesidades de capital de trabajo de empresas locales, dirigido a entidades que realizan actividades productivas y tienen clientes en el exterior. El monto del financiamiento será desde \$50 mil hasta \$1 millón, por proveedor” (CFN, 2008)

3.1.2.12 Programa de crédito 5-5-5 del Banco Nacional de Fomento

Se trata de un tipo de financiamiento que maneja recursos provenientes de las exportaciones petroleras y que se canalizan a través de la Cuenta Especial de Reactivación Productiva y Social (CEREPS), está dirigido para el desarrollo de micro y pequeñas empresas así como para artesanos de los sectores agrícola, pecuario, pesca artesanal, comercio y turismo y consiste en un préstamo que va desde los \$100 hasta \$5.000 (dependiendo del proyecto agropecuario puede incrementarse si así lo sustenta el MAGAP), con un interés del 5% anual y a un plazo de hasta 5 años (según el tipo de inversión que se vaya a financiar) ya sea para financiar capital de trabajo o activos fijos; dentro de estos parámetros el financiamiento cubre el 100% del proyecto de inversión.

La sostenibilidad del financiamiento ofrecido a través de esta herramienta depende de los excedentes producto de la venta del petróleo; este tipo de financiamiento busca favorecer plenamente a aquellas empresas en donde la fuerza laboral esté formada por menos de nueve trabajadores, que tengan activos totales por un valor no superior a \$80.000 y que tengan ventas anuales inferiores a los \$100.000. Además hay que mencionar que se da énfasis a aquellas empresas que dediquen sus actividades a la producción.

3.1.2.13 Licenciamiento de la marca PRIMERO ECUADOR

El Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC) con el objetivo de contribuir a la producción nacional de calidad y concienciar a la población sobre la importancia de valorar lo nuestro, es el encargado de otorgar la licencia para uso de la marca Primero Ecuador, la cual será entregada a empresas que cuentan con productos y servicios socialmente deseables y ambientalmente aceptables, e incorporen un alto grado de materia prima de origen nacional, que satisfagan las necesidades de los consumidores y alcancen oportunidades de éxito en el mercado nacional e internacional.

Objetivos : Entre los objetivos específicos de Primero Ecuador se encuentran: promover la producción de calidad a nivel nacional, enmarcada en el Código Orgánico de la Producción y el Plan Nacional del Buen Vivir; fomentar la producción nacional, el comercio y el consumo de bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental; otorgar la licencia Primero Ecuador a los productos o servicios que cumplan con los términos de calidad enmarcados en el Código Orgánico de la Producción y las correspondientes normas INEN, y proporcionar a los consumidores un producto o un servicio con valor agregado que cumpla con la legislación vigente en términos sociales, ambientales y económicos.

Beneficios: Las empresas que obtengan la licencia Primero Ecuador, podrán acceder a beneficios como: financiamiento para el desarrollo productivo; promoción nacional, a través de acuerdos comerciales con diferentes canales de distribución; rentabilidad a largo plazo y demás.

3.1.2.14 Incentivos para inversiones nuevas e inversiones productivas del COPCI

Para efecto de las inversiones nuevas e inversiones productivas se ha establecido en el COPCI tres tipos de incentivos; a continuación se describen 2 de ellos por ser de mayor interés con respecto a la presente investigación:

1. **Generales:** son aplicables a todas las sociedades y sectores de cualquier parte del país y se resumen de la siguiente manera:
 - a. Reducción progresiva de la tarifa de impuesto a la renta del 25% al 22% en el presente año.
 - b. Deducciones: se trata de deducciones adicionales para el cálculo del impuesto a la renta cuando se trate de gastos relacionados con mejoras en la productividad, innovaciones, producción eco-eficiente y compensaciones para el salario digno.
 - c. Anticipo:
 - i. Exoneración del pago del anticipo del impuesto a la renta en el caso de sociedades nuevas
 - ii. Modificación a la fórmula de cálculo del impuesto a la renta

- d. Beneficios para la apertura del capital social a favor de los trabajadores.
- e. Facilidades de pago en tributos del comercio exterior.
- f. Exoneración del impuesto a la salida de divisas para las operaciones de financiamiento. (Manual de Aplicación de los Incentivos establecidos en el Código de la Producción, 2012)

En adición a lo mencionado es sumamente importante mencionar que dentro del marco legal establecido por el COPCI existen otros incentivos que conforme lo indica el manual de aplicación de los incentivos establecidos en el Código son otorgados para empresas o contribuyentes que hayan cumplido con un requisito puntual como por ejemplo en relación a la ubicación de la empresa, tamaño de la misma y destino de sus recursos.

Se establece en dicho manual que aquellos otros incentivos están direccionados hacia las medianas empresas hecho que es pertinente mencionar de acuerdo al motivo del desarrollo de esta investigación.

Justamente estos incentivos para este tipo de empresas consisten en deducciones adicionales para efectos de gastos relacionados con capacitación, asistencia técnica y gastos promocionales, elementos que se detallan a continuación por medio del siguiente cuadro explicativo:

INCENTIVOS PARA LA MEDIANA EMPRESA

GASTOS	DESCRIPCIÓN
CAPACITACIÓN	De manera técnica para: <ul style="list-style-type: none"> • Investigación • Desarrollo e innovación tecnológica • Mejoramiento de la productividad
ASISTENCIA TÉCNICA	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios y análisis de mercado y competitividad • Contratación de servicios profesionales para diseño de procesos, productos, adaptación e implementación de procesos, de diseño de empaques, de desarrollo de software especializado • Otros servicios de desarrollo empresarial
GASTOS PROMOCIONALES	Para tener acceso a mercados internacionales: <ul style="list-style-type: none"> • Ruedas de negocios • Participaciones en ferias internacionales

Tabla 1, Fuente: Manual de Aplicación de los Incentivos establecidos en el Código de la Producción, Comercio e Inversiones 2012
Elaborado por: Gabriel Aguirre

A continuación se puede observar dos cuadros resumen en los que se puede apreciar simplificada mente lo enunciado previamente:

PROGRAMAS EN BENEFICIO DE LAS PYMES	
Programas	Instituciones
Políticas macroeconómicas como fomento productivo de las PYMES	Banco Central del Ecuador, COMEX
Programas Consorcios de Exportación y Origen con Apoyo de ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
PRODUCEPYME	Fondo de Desarrollo para la Pequeña y Mediana Empresa
Exporta Fácil	Correos del Ecuador
Programas para Financiamiento	
Programa CREDIPYME	Corporación Financiera Nacional
Financiamiento estratégico	Corporación Financiera Nacional
Credifactura nacional e internacional	Corporación Financiera Nacional
Programa de crédito 5-5-5	Banco Nacional de Fomento
Incentivos	
Incentivos para inversiones nuevas e inversiones productivas, Incentivos para las PYMES del COPCI	SRI, SENAE

Tabla 2, Elaborado por: Gabriel Aguirre

MECANISMOS EN BENEFICIO DE LAS PYMES	
Mecanismos	Instituciones
Ferias Inversas	Subsecretaría de MIPYMES
Organización y desarrollo de ferias y eventos	PRO ECUADOR, AITE, CAPEIPI, MIPRO
Misiones Comerciales	PRO ECUADOR, AITE, CAPEIPI, MIPRO
Asistencia Técnica	PRO ECUADOR, AITE, CAPEIPI, MIPRO
Ruedas de Negocios	PRO ECUADOR
Oferta Exportable	PRO ECUADOR, CAPEIPI,
Licenciamiento de la marca PRIMERO ECUADOR	Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC)

Tabla 3, Elaborado por: Gabriel Aguirre

Adicional se muestra a continuación un cuadro explicativo de los programas y/o mecanismos vigentes ofertados por cuatro organizaciones nacionales, cuyos programas pueden brindar apoyo fundamental en las PYMES textiles de Quito.

PROGRAMAS Y MECANISMOS POR INSTITUCIÓN PARA PYMES

PROECUADOR	Capacitación y asistencia técnica para las PYMES
	Ferias nacionales e Internacionales
	Ruedas de negocios / contactos compradores internacionales
	Misiones comerciales
	Oferta exportable
	Desarrollo de portafolio de productos
	Fomento para internacionalización (diseño, promoción e implementación de programas)
	Plan de exportación
FEDEXPOR	Al Invest IV (programa de internacionalización de PYMES)
	FAT (Proyecto de facilitación de Asistencia Técnica), promueve intercambio comercial CAN – UE
	CAF (Cooperación Andina de Fomento), promoción de estrategias exportadoras para PYMES
	Capacitación en temas de comercio exterior y nuevas tecnologías
	Asistencia técnica
	Consultorías
CAPEIPI	Ferias nacionales y eventos
	Misiones empresariales
	Capacitación certificada
	Proyectos de mejoramiento continuo
	Programas de mejoramiento continuo de calidad y productividad
	Desarrollo de imagen empresarial (publicación web, redes sociales, artículos empresariales)
	Proyectos de innovación y diseño
CÁMARA DE COMERCIO DE QUITO	Misiones comerciales
	Ruedas de negocios con enfoque a la internacionalización de la empresa
	Capacitación en temas de comercio exterior y nuevas tecnologías
	Conferencias magistrales
	Guía general para inicio de actividades de exportación
	Seminarios y eventos

Tabla 4, Fuente: portal web de las respectivas instituciones
Elaborado por: Gabriel Aguirre

3.1.3 Resultados del objetivo específico 3: Proponer alternativas de solución ante la problemática de la incorporación de las PYMES textiles del Cantón Quito al ejercicio exportador.

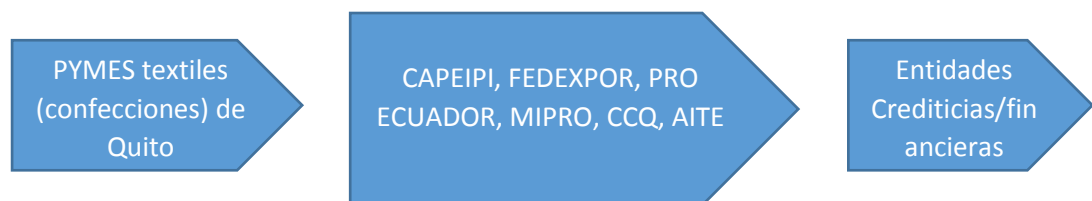
Ante las problemáticas planteadas y los resultados obtenidos en las encuestas como se hubo detallado anteriormente se procede a plantear una serie de propuestas con el afán de en un mediano plazo buscar impulsar el ejercicio exportador de las PYMES textiles (confecciones) de Quito al sector exportador.

- Se ha podido observar cómo las PYMES de la industria textil (confecciones) de Quito tienden a no asociarse a instituciones gremiales o similares hecho que las pone en desventaja frente a empresas que sí lo hacen, a su vez al constatar cómo son muy pocas de estas empresas las que reciben alguna clase de apoyo de parte de este tipo de institución, y tomando en cuenta por otra parte que, a pesar de que por medio de organizaciones como el MIPRO, PRO ECUADOR, CAPEIPI, MIPRO, FEDEXPOR y Cámara De Comercio De Quito se ponen a disposición de las PYMES en general una serie de mecanismos y programas (como se ha podido constatar), existe al momento una falta de difusión de los mismos, hecho que provoca que dichas herramientas no logren generar el impacto que se pretende lleguen a tener.

Por estos motivos se propone generar una difusión exhaustiva de los mismos que de paso al fortalecimiento de los programas citados así como los que sigan saliendo de parte del sector público como el privado. Para tal efecto sería óptimo que las instituciones vía correo electrónico así como telefónico informen semanalmente a las PYMES del sector seleccionado sobre su oferta de servicios a fin de que estas empresas tengan pleno conocimiento de las oportunidades para el mejoramiento de su gestión así como para seguir adoptando una perspectiva positiva hacia la posibilidad de llevar a cabo actividades de exportación.

- Impulsar la inversión en investigación y desarrollo (I + D) enfocada a la gestión puntual de las PYMES textiles (confecciones) de Quito en temas como:

- Capacitación especializada con enfoque gerencial y no solo a nivel operativo mediante visitas in situ o mediante aulas virtuales (temas productivos, estandarización en la gestión medioambiental, calidad),
 - Estandarización de procesos de fabricación alineados al modo operativo internacional con el fin de generar mayor preferencia en mercados externos,
 - En la gestión logística para lograr un mejoramiento en las fases de despacho de materias primas e insumos,
 - Inversión en maquinaria computarizada o semi-computarizada para optimizar tiempos de producción que permitan la generación de una mayor oferta.
- Ante la dificultad que aún persiste para este tipo de empresas en la obtención de créditos, generar procesos de intermediación entre las PYMES textiles (confecciones) de Quito y las entidades financieras de modo que las Instituciones encargadas de fomentar el desarrollo de las PYMES (como las ya mencionadas anteriormente) puedan representar a estas empresas para la facilitación en la obtención de créditos a aquellas empresas que busquen ampliar sus operaciones con la perspectiva de llevar a cabo actividades de exportación.



- Generación de alianzas estratégicas público – privadas para la consecución de mecanismos como el Análisis de Mejora Empresarial (AME) que consiste en un conjunto de medidas aplicadas a la empresa entre las cuales están la adaptación de costes, la estructura financiera y una evaluación de las capacidades y necesidades tecnológicas. Identifica puntos fuertes y débiles de los procesos productivos, la logística y la gestión comercial; esta herramienta está dirigida puntualmente a las PYMES que pretendan relanzar o desarrollar nuevos proyectos empresariales. Esta herramienta aporta con un plan de acción detallado de mejoras en las áreas de diseño, producción, logística, gestión de la información, gestión de proyectos, innovación, competitividad, comercial/marketing y gestión económica financiera; a

su vez, se propone el uso de tal herramienta para llevar un seguimiento en las PYMES del sector que estén en capacidad de exportar, para lograr consolidar una primera exportación.

- Apoyo institucional y gubernamental en la consolidación y promoción de las marcas nacionales en el extranjero por medio de ruedas de negocios y ferias internacionales, haciendo uso de herramientas de promoción tales como la adopción de slogans que fomenten el consumo de la producción textil (confecciones) nacionales tales como: *vista Ecuador, vista lo nuestro*.
- Adicional, se propone el uso de software como CRMs (Customer Relationship Management) o similares de parte de las instituciones citadas anteriormente (CAPEIPI, MIPRO, ETC) para la generación de bases de datos del tipo de producto o productos que elaboran las PYMES de la industria seleccionada en Quito con el fin de que mediante la observación de estas instituciones en cuanto al requerimiento externo de este tipo de productos se proceda a ofertarlos y así incentivar el ejercicio exportador.
- Generación de alianzas estratégicas con las universidades de mayor relevancia a nivel nacional para que los pequeños y medianos empresarios de la industria textil de Quito accedan a cursos de capacitación permanente en lo referente a nuevas tecnologías de implementación, gestión ambiental, cadena de suministros, promoción de procesos de calidad entre otros.

Adicionalmente, con el fin de apoyar en la incorporación de las PYMES de la industria seleccionada en Quito se propone un mecanismo singular que trata de la generación de clusters o conglomerados empresariales; este proceso consiste en la unión de industrias de un mismo sector con el propósito de generar fortaleza en un sector económico determinado para consecuentemente ser más competitivos y generar mayores beneficios como producto de una actividad conjunta.

Para la ejecución efectiva de este mecanismo es necesario observar las siguientes características contempladas en la tabla 6:

Requisitos para la formación de Clusters	Unión de empresas ubicadas en un mismo sitio geográfico
	Relación de proveedores en productos y servicios
	Se promueve un alto nivel de cooperación entre empresas conformantes
	Empresas comerciales y de servicios pueden incorporarse al conglomerado exclusivamente
	Permite la aplicación de políticas de fomento y productivas específicas (más sencillo al ser un todo)
	Favorece los procesos productivos y la generación competitiva de productos
	Favorece los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante
	Conformación de subgrupos especializados en la producción de uno o pocos artículos (el conglomerado logra manejar un portafolio de productos diversificado)
	Implica un alto nivel de cooperación y sinergia entre las empresas conformantes
	Necesario transferencia de tecnología entre las empresas conformantes

Tabla 5, Fuente: es.slideshare.net/redcide/desarrollo-de-los-clusters-empresariales
Elaborado por: Gabriel Aguirre

Capítulo IV

Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

- En torno al tema del financiamiento, a pesar de que actualmente se está trabajando para que las PYMES puedan por medio de programas y mecanismos como los que se citó, sigue prevaleciendo una dificultad considerable para que estas empresas tengan acceso de manera más sencilla al financiamiento necesario para su crecimiento; instituciones como la CFN, aun exige ciertos requisitos como garantías elevadas para la solicitud de crédito lo que ciertamente produce despecho en quienes buscan de una manera u otra con sus empresas jugar un rol más importante dentro del país y mayormente a la hora de pensar en incorporarse a la actividad exportadora.
- Aun cuando en la actualidad se han llevado varias investigaciones de parte de instituciones como la FLACSO, el MIPRO, entre otros, dichos estudios no llegan a ser piedras angulares cuando se trata de llevarlos a ejecución; de hecho, muestra de ello es que a pesar de que el ministerio citado colabora activamente en este tipo de trabajos como los mencionados, de acuerdo con los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, ninguna de las empresas colaboradoras afirmaron recibir apoyo de parte de este organismo, situación que es preocupante, y de ahí que no sea de extrañar el comportamiento un tanto aletargado de esta Industria.
- Al momento, a pesar de los esfuerzos que se están realizando para el fomento de la actividad exportadora textil se puede aún observar la presencia de una balanza comercial negativa, hecho que debe generar motivación para seguir inyectando capital y esfuerzos tanto de la empresa pública como la privada para el fortalecimiento del sector.

- De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas realizadas, es alarmante el hecho de que la gran mayoría de empresas encuestadas (prácticamente el 79%) señalaron que no están interesadas en incorporar a su empresa a una actividad exportadora, hecho que responde fundamentalmente a un temor tanto justificado (procedimientos engorrosos y competencia externa fuerte) como injustificado (desconocimiento de procedimientos, mecanismos y programas).
- De acuerdo a la investigación llevada a cabo se puede observar la existencia de al menos 14 programas de fomento al desarrollo de las PYMES, herramientas que las PYMES textiles (confecciones) de Quito pueden al momento acoger para generar un mayor desarrollo y crecimiento en su actividad local así como para aspirar a llevar a cabo actividades de exportación. Esto sin considerar los mecanismos y otros programas tomados a consideración en las tablas en las que se plasmó tales aspectos.
- Uno de los factores por los cuales las PYMES del sector no observan a la exportación como opción (al menos en un corto plazo), se debe a su falta de conocimiento sobre las herramientas de las que disponen los organismos nacionales en cuanto al fomento de sus programas de apoyo a las mismas.
- Se pudo constatar que existe falta de personal capacitado dentro de las PYMES textiles (confecciones) de Quito, hecho que a su vez coadyuva para que estas empresas puedan llevar a cabo procesos de exportación.
- Ante el desconocimiento los programas y mecanismos existentes, estos no han logrado generar el impacto buscado.

4.2 Recomendaciones:

- Dado que la industria textil (confecciones) es gran generadora de encadenamientos (principalmente para atrás), es necesario fortalecer la gestión de estas empresas ya que a su vez se estará favoreciendo en la generación de empleo de otros sectores tanto productivos como de servicios.
- Con el fin de que las PYMES (desde luego todas incluyendo aquí a las del grupo de interés en la investigación) puedan aprovechar las herramientas y mecanismos de que se disponen y dispondrán nacionalmente para el fomento de su actividad es necesaria una mayor promoción de parte de las entidades respectivas para que se genere el impacto que se requiere para el mejoramiento y potenciamiento de la gestión de este tipo de empresas.
- Se sabe fácticamente que las empresas de mayor progreso a nivel mundial son aquellas que consiguen internacionalizarse, por este motivo se reitera la importancia que deben merecer las PYMES y puntualmente dada la investigación precedente, las PYMES de la industria textil de Quito con el fin de que se vuelquen esfuerzos a modo de apoyo técnico, capacitación y financiamiento para que en un mediano plazo aquellas que no están ejerciendo la actividad de exportación puedan consistentemente hacerlo.
- Si se considera que las empresas de la Industria Textil con importantes generadoras de encadenamientos productivos, se vuelve una tarea crucial el hecho de que tanto instituciones privadas como estatales trabajen de manera conjunta (cosa que como se vio no se hace del todo) para que se puedan generar verdaderos mecanismos eficientes de apoyo al desarrollo de las PYMES, y por ende debe ser una colaboración múltiple la necesaria para que se pueda desarrollar un mayor proteccionismo a estas industrias, así como para que se pueda generar un desarrollo endógeno que llegue a influenciar en estas empresas el deseo de exportar.
- No se debe descuidar los programas de capacitación intensos con miras a tomar especial atención hacia los gerentes y administradores de las PYMES, además de nuevos y mejorados esquemas de financiamiento a estas empresas ya que todo esto

influenciará para que en un mediano y largo plazo las empresas lleguen inclusive a sentir la necesidad de incorporarse a una actividad exportadora.

- Adicionalmente no hay que olvidar que como se ha planteado, la intervención de las universidades en el desarrollo de clústers sería uno de los mecanismos más favorables para que estos se den debido al apoyo proveniente de una labor investigativa que permita a los sectores económicos y empresas contar con información veraz que influya en la gestión de formación de estos grupos empresariales. Además, con igual importancia debe ser tratado el esquema de mejoramiento continuo en cuanto a calidad y productividad.
- Entendiendo que las PYMES son parte importante en el motor económico del país, a pesar de que con el paso del tiempo así como también en la actualidad se han ido desarrollando proyectos y programas de apoyo para las mismas, todavía queda un trabajo grande por hacer no solo de parte del sector público sino también del privado, ya que muchas veces, el apoyo que es otorgado a estas empresas se limita a ciertas capacitaciones y asesoramientos cuando a pesar de que tal acción, como se ha manifestado, es correcta y hay que seguir fomentándola, no basta para que estas empresas se desarrollen apropiadamente.

Bibliografía:

- ADELMAN, I. (1961). Stanford University Press. Obtenido de Theories of economic growth and development: http://virtual.uptc.edu.co/drupal/files/rac_25.pdf
- AITE. (2012). El sector textil y confección en el Ecuador. En El sector textil y confección en el Ecuador (pág. 56). Quito.
- Amin, A. y. (2000). Distritos industriales y desarrollo regional: límites y posibilidades. En Sociología del Trabajo (págs. 181 - 229). Madrid.
- Anderson, J. E. (1998). Effective protection redux. En J. E. Anderson, Journal of International Economics (pág. 44).
- Araque, W. (2012). Las PYME y su situación actual. Observatorio PYME de la Universidad Andina Simón Bolívar.
- Argohty, A. (2013). Desarrollo endógeno, Encadenamiento productivo del sector textil en el Ecuador. En FLACSO, Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa (pág. 181). Quito.
- Bodenheimer, S. (1970). Dependency and Imperialism: The roots of Latin American underdevelopment. En S. Bodenheimer, Dependency and Imperialism: The roots of Latin American underdevelopment. (págs. 49-53). New York: NACLA.
- Calderón, G., & Fayos, G. (2010). ANALISIS DE LA RELACION ENTRE EL COMPROMISO DE LAS EMPRESAS Y SU INTERNACIONALIZACION. Obtenido de Investigaciones Europeas: <http://www.aedem-virtual.com/articulos/iedee/v10/102201.pdf>
- Canals, J. (1999). La Internacionalización de la Empresa. En J. Canals, La Internacionalización de la Empresa (pág. 32). Madrid: McGraw - Hill.
- Cárdenas. (1999). Principales Teorías sobre el Desarrollo Económico y Social. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas, 24.
- CEPAL. (2010). Revista Científica Electrónica NEGOTIUM. Obtenido de Revista Científica Electrónica NEGOTIUM: <http://www.revitanegotium.org.ve/pdf/12/Art6.pdf>
- Cerdan, C. L. (2003). Redes empresariales, experiencia en la región andina. En C. L. Cerdan, Redes empresariales, experiencia en la región andina (pág. 23). Trujillo - Perú: MINKA.
- CFN. (24 de Noviembre de 2008). Un nuevo mecanismo de crédito. Periódico La Hora.
- Chang, H.-J. (2002). Retirar la escalera. En H.-J. Chang, Retirar la escalera (pág. 54). Wimbledon: Wimbledon Publishing Company Limited.

- CIEPYMES, FLACSO. (2012). Factores determinantes de acceso y racionamiento del crédito en las MIPYMES ecuatorianas. En F. CIEPYMES.
- Comunidad Andina de Naciones. (2015). Comunidad Andina. Obtenido de Comunidad Andina: <http://www.comunidadandina.org/>
- Czinkota, M. R. (2002). Export promotion: A Framework for Finding Opportunity in CHange. *Thunderbird Internatonal Business Review*, 324.
- Díaz, J. (15 de Julio de 2013). Entrevista efectuada al Presidente Ejecutivo de la AITE. (G. Aguirre, Entrevistador)
- Ekos negocios. (2012). LAS PYMES TIENEN AMPLIAS OPCIONES DE EXPORTACIÓN. *Ekos negocios*, 75.
- ExpoEcuador. (26 de Junio de 2005). Programa de fortalecimiento de PYMES. *Diario el Universo*.
- FEDEXPOR. (2013). Aciertos y desafíos del Comercio Exterior del Ecuador. Quito: Ediecuatorial.
- Fedexpor. (2013). Fedexpor. Quito: Ediecuatorial. Recuperado el 18 de 12 de 2013, de <http://www.fedexpor.com/afiliese>
- Franco, J. (19 de Mayo de 2009). Asociatividad empresarial camino a la competitividad. *Asociatividad empresarial camino a la competitividad*. Bogotá , Colombia.
- García, J. (2013). *Economía Internacional*. Obtenido de www.gestionpolis.com: <http://economaiinternacionaluvm.wikispaces.com/file/view/3.+Principales+teor%C3%ADas+del+comercio+internacional.pdf>
- H.V. Perlmutter, D. H. (1986). Cooperate to Compete Globally. *Harvard Business Review*, Vol. 64, 152.
- Huntington, S. (1976). The Change to Change: Modernization, development and politics. En *The Change to Change: Modernization, development and politics* (pág. 58). New York.
- Ignasi Brunet Icarri, A. V. (2005). Una revisión de la teoría y algunos de sus límites. *Desarrollo Endógeno, calidad Institucional e Innovación* , 48.
- INEC. (2014). <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Lanz. (2004). Principales Teorías sobre el Desarrollo Económico y Social. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 32.

- Levy, M. (1967). *Social Patterns and Problems of Modernization*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall Editorial.
- Lorente, J. (2013). Slideshare. Obtenido de Slideshare: <http://es.slideshare.net/jlorentemartos/los-espacios-industriales#>
- M. Kotabe, M. R. (1992). State government promotion of manufacturing exports: a gap analysis. En *Manual de Aplicación de los Incentivos establecidos en el Código de la Producción*, C. e. (2012). Mercedes Onofa, S. B. (2013). Hacia un nuevo esquema de desarrollo productivo. En F. MIPRO, *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa* (pág. 129). Quito.
- MERCOSUR. (2015). Mercado Común del Sur. Obtenido de Mercado Común del Sur: <http://www.mercosur.int/>
- MIPRO, M. d. (s.f.). Portal web del Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/exporta-facil/>
- Orlandi, P. (2011). Las PYMES y su rol en el Comercio Internacional. Obtenido de http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacional.pdf
- Paz, S. y. (2009). LAS PYMES EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA SOCIAL. Obtenido de LAS PYMES EN EL DESARROLLO DE LA ECONOMÍA SOCIAL: <http://www.revistanegotium.org.ve/pdf/12/Art6.pdf>
- Pontificia Universidad Católica del Ecuador. (2014). Economía y finanzas internacionales, proyecto académico de la facultad de economía. Obtenido de Economía y finanzas internacionales, proyecto académico de la facultad de economía: <http://www.puce.edu.ec/economia/efi/index.php/economia-internacional/14-competitividad/74-politica-comercial>
- Porter. (2003). En A. Argothy, *Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa* (pág. 184).
- Porter, M. (2012). Galeón. Obtenido de <http://www.galeon.com/comerciointernacional/aficiones1267755.html>
- Rosales, R. (1997). La asociatividad como estrategia de fortalecimiento de las PYMES. *Revista SELA*, 51.
- Sánchez, A. R. (2013). Eumed. Obtenido de Eumed: <http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2006/arps/li.htm>
- Seringhaus, F. H. (1991). Crossnational comparison of export promotion services. En F. H. Seringhaus, *Crossnational comparison of export promotion services* (pág. 115).

Significados.com.br. (2014). Significados.com.br. Obtenido de Significados.com.br:
<http://www.significados.com.br/matriz-energetica/>

Singer, T. O., & Czinkota, M. R. (1994). Factors associated with effective use of export assistance .
En T. O. Singer, Factors associated with effective use of export assistance (pág. 71).

Smith, A. (1974). Una investigación sobre la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones.
Barcelona - España: Basch Casa Editorial S.A.

Stiglitz, J. (2002). El malestar de la globalización . En J. Stiglitz, El malestar de la globalización
(pág. 26). Buenos Aires: Taurus.

Storper. (2000). Regional Technology Coalitions. An essential dimension of national technology
policy. En P. y. Cooke, The Associational Economy. Firms, Regions and Innovation (págs. 895 -
911). Londres: Oxford University Press.

Storper, M. y. (1989). The Geographical Foundations and Social Regulation of Flexible Production
Complexes. En J. W. Dear, The Power of Geography: How Territory Shapes Social Life Social
Reproduction (pág. 77). Boston: Unxin and Hyman.

Stumpo, G., & Carlo, F. (2010). POLÍTICAS DE APOYO A LAS PYMES EN AMÉRICA
LATINA. Santiago de Chile: Nacione Unidas.

Swyngedouw, E. (2000). Elite Power, Global Forces and The Political Economy of Local
Development. En C. M. G, The Oxford Handbook of Economic Geography (págs. 95-99). New
York: Oxford University Press.

Tipps, D. (1976). Modernization Theory and the Comparative Study of Societies: A critical
perspective. New York.

Universidad de Palermo. (2013). www.palermo.edu. Obtenido de www.palermo.edu:
http://www.palermo.edu/cedex/pdf/pyme_com_internacionall.pdf

Vargas, H. (Junio de 2010). Instituto de Investigaciones Economicas y Empresariales . Obtenido de
Efecto de la Promocion de Exportaciones en las Pymes :
<http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/jspui/bitstream/123456789/6070/1/EFFECTODELAPROMOCIONALASEXPORTACIONESENLASPYMESEXPOSTADORASDELOSMUNICIPIOSMORELIAYURUAPANDELESTADODEMICHOACAN.pdf>

Victor Aguilar, e. G. (2013). Análisis del impacto en la economía ecuatoriana de la aplicación de
medidas de protección arancelaria real y efectiva a los sectores industriales son el modelo
MACEPES. En M. FLACSO, Estudios industriales de la micro, pequeña y mediana empresa (pág.
81). Quito.

Anexos:

Anexo 1

Comparativo exportaciones e importaciones textiles (confecciones) en 2012, 2013 y 2014

EXPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO		
TIPO DE PRODUCTO	2012	
	TON	FOB
Tejidos	9.672,676	50.022,181
Manufacturas	12.955,095	42.138,209
Prendas de Vestir	1.765,020	24.881,328
Materias primas	11.618,445	17.579,390
Hilados	2.607,416	15.957,816
Productos especiales	721,474	4.682,003
Total general	39.340,126	155.260,927

Valores en toneladas y miles de dólares
 Tabla 1, Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Departamento Técnico AITE 2014

IMPORTACIONES POR TIPO DE PRODUCTO			
TIPO DE PRODUCTO	2012		
	TON	FOB	CIF
Prendas de Vestir	7.393,107	217.805,976	224.174,337
Tejidos	40.091,484	216.035,706	223.453,989
Materias primas	37.028,475	87.974,715	92.121,002
Productos especiales	19.469,487	78.638,051	83.115,247
Manufacturas	10.180,133	62.451,729	64.950,877
Hilados	16.348,687	51.305,400	54.129,534
Total general	130.511,373	714.211,577	741.944,986

Valores en toneladas y miles de dólares
 Tabla 2, Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Departamento Técnico AITE 2014

TIPO DE PRODUCTOS	EXPORTACIONES	
	2013	
	TON.	FOB.
Materia prima	663,314	321,204
Hilado	2.432,818	13.276,047
Tejido plano	11.734,408	54.910,858
Tejido de punto	402,377	2.531,039
Prenda de punto	1.265,264	18.835,927
Prenda, exc. de punto	543,368	7.497,311
Ropa Hogar	1.433,476	10.478,565
Alfombras, tapices	20,488	100,986
Prod. Especial	1.015,273	6.304,505
Prenderia, trapos	42,590	22,244
Otros usos	19.639,585	43.007,296
Total General	39.192,961	157.285,982

Valores en toneladas y miles de dólares
 Tabla 3, Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Departamento Técnico AITE 2014

TIPO DE PRODUCTOS	IMPORTACIONES		
	2013		
	TON.	FOB.	CIF.
Materia prima	41.137,911	91.431,100	95.969,927
Hilado	15.641,577	47.185,313	49.524,589
Tejido plano	33.540,168	166.281,393	171.467,455
Tejido de punto	11.868,892	77.031,670	79.327,517
Prenda de punto	3.951,387	118.055,903	122.273,142
Prenda, exc. de punto	5.865,557	156.532,054	161.705,962
Ropa Hogar	1.442,027	11.399,895	11.795,708
Alfombras, tapices	2.123,988	9.914,406	10.549,296
Prod. Especial	20.943,130	94.338,473	99.360,111
Prenderia, trapos	14,977	16,021	18,183
Otros usos	7.247,660	35.454,077	37.058,639
Total General	143.777,274	807.640,305	839.050,529

Valores en toneladas y miles de dólares
 Tabla 4, Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Departamento Técnico AITE 2014

TIPO DE PRODUCTOS	EXPORTACIONES	
	2014	
	TON.	FOB.
Materia prima	622,931	264,792
Hilado	1.479,945	8.060,828
Tejido plano	9.574,453	43.313,113
Tejido de punto	260,225	1.781,434
Prenda de punto	919,651	14.449,213
Prenda, exc. de punto	403,198	4.525,110
Ropa Hogar	884,270	6.088,484
Alfombras, tapices	0,554	5,119
Prod. Especial	613,844	4.083,209
Prenderia, trapos	80,099	41,340
Otros usos	14.050,470	28.432,861
Total general	28.889,640	111.045,503

Valores en toneladas y miles de dólares
 Tabla 5, Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Departamento Técnico AITE 2014

TIPOS DE PRODUCTO	IMPORTACIONES		
	2014		
	TON.	FOB.	CIF.
Materia prima	30.671,838	69.145,676	72.544,850
Hilado	14.347,489	39.208,430	41.193,457
Tejido plano	24.122,062	115.589,170	119.627,533
Tejido de punto	8.695,286	52.098,643	53.965,475
Prenda de punto	2.339,560	72.597,842	75.356,321
Prenda, exc. de punto	3.460,341	99.403,079	103.441,335
Ropa Hogar	862,663	6.367,864	6.665,989
Alfombras, tapices	1.459,155	6.670,867	7.122,592
Prod. Especial	15.392,923	69.698,537	73.401,873
Prenderia, trapos	6,356	11,680	13,874
Otros usos	6.039,063	28.213,695	29.323,101
Total general	107.396,736	559.005,483	582.656,400

Valores en toneladas y miles de dólares
 Tabla 6, Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaboración: Departamento Técnico AITE 2014

ANEXO 2**PYMES DE LA INDUSTRIA TEXTIL DE QUITO**

NOMBRE COMPAÑÍA	TIPO	CIUDAD
ALAZAN CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
ALOMIATRADING COMPANY CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
AMERICALABEL CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
ANDESTRADING CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
ARTICULOS PARA EL HOGAR DESKANS S.A.	ANÓNIMA	QUITO
CAMISERIA INGLESA CAMINGLESA C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
CAMISETAS SZIMON CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
CANEVAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
CINTAS TEXTILES CINTATEX C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
COATS CADENA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
COIVESA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
COMERCIALIZADORA SALVAR ECUADOR S.A. ECUASALVAR	ANÓNIMA	QUITO
COMPUKMBIO S.A.	ANÓNIMA	QUITO
CONFECCIONES BALI C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
CONFECCIONES COYOTE PRORAEZ CLTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
CORMATEX CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
CORPORACION EKAZIPPER DEL ECUADOR S.A.	ANÓNIMA	QUITO
CUMBERLAND C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
DISENFORMA DISEÑO Y MODA S.A.	ANÓNIMA	QUITO
DURANGO - TEX C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
ENNOBLECIMIENTO TEXTIL-ENNOTEX S.A	ANÓNIMA	QUITO
ESTILOS SEBASTIAN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
EXPORDENIM CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
FABRICA DONAT CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
FADTEXTIL S.A.	ANÓNIMA	QUITO
FASHION LANA CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	TUMBACO
FASHIONARTE CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO

FIBRATEX CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
FRANKIMPORT CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
GARCES, CONFECCIONES Y TEXTILES GARCONTEX S.A.	ANÓNIMA	QUITO
HILANA C.L.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
INDUGLAMUR SOCIEDAD ANONIMA INDUSTRIAS GLAMOUR	ANÓNIMA	QUITO
INDUSTRIA DE CONFECCIONES INZATEX CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
INDUSTRIAL TEXTILESTORNASOL CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	CARAPUNGO
INDUSTRIAS CONCHITEX C LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
INNOCOTTON CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
INNOVACION Y MODA INNOVMODA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
JOINTRADE S.A.	ANÓNIMA	QUITO
JULIO VINUEZA DISEÑO CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
KARFFANY CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
LA ESPERANZA COMERCIALIZADORA WHOLESALEINN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
LENCERIA FINA SA LENFISA	ANÓNIMA	QUITO
MAGICSHOP S. A.	ANÓNIMA	QUITO
MARQUILLAS & ACCESORIOS MARQUIACCES S.A.	ANÓNIMA	QUITO
MIDCIS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
MODA INFANTIL MODACARBAN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
MODERTEX S.A.	ANÓNIMA	NAYÓN
PAGET-OBERTA CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
PLUMATEX S.A.	ANÓNIMA	QUITO
QUILTEX CIA LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
REGALHATS IMPORTACION EXPORTACION Y DISTRIBUCION CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
RITA COBO TERAN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
ROMAJOW CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
SA TEXTIL SATEX SA	ANÓNIMA	QUITO
SEDUCCIONTEXTI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
STUDIOMODACORP S.A.	ANÓNIMA	QUITO
STX TEXTILES CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
TEJIDEX SA	ANÓNIMA	QUITO
TEXTIELITES CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD	QUITO

	LIMITADA	
TEXTILES EL GRECO SA	ANÓNIMA	QUITO
TEXTILES FLOR FLORTEX CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
TEXTILES GUALILAHUA SA	ANÓNIMA	QUITO
TEXTILES KUSATROY CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
TEXTILES MUÑOZ GUERRERO HNOS. CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
TEXTILES PLANOS ANGOSTOS TEXPLAN CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
TEXTILES PUSUQUI TEXPUSUQUI S.A.	ANÓNIMA	QUITO
TEXTILES TEXTINEL CIA. LTDA	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
TEXTILES Y SERVICIOS TEXTISERVI S.A.	ANÓNIMA	CONOCOTO
TREZADOS TEXTILES TRENZATEX CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	LLANO GRANDE
TULES & NOVIAS TULNOVIAS CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
UNIFORMESDESIGN S.A.	ANÓNIMA	QUITO
UNI-PUNTO CIA. LTDA.	RESPONSABILIDAD LIMITADA	QUITO
YANAPI SA	ANÓNIMA	QUITO

Tabla 7, Fuente: Superintendencia de Compañías 2013
Elaborado por: Gabriel Aguirre

ANEXO 3

FORMULARIO DE REGISTRO DE DATOS PARA ACCEDER COMO EMPRESA AL PROGRAMA EXPORTA FÁCIL







1) Datos Empresa
2) SubPartidas Arancelarias
3) Ingrese Usuario

Los campos marcados con (*) son obligatorios

* RUC	<input type="text" value="1712166899001"/>	Ingrese solo Numeros como tiene en su RUC
* RAZON SOCIAL	<input type="text" value="AGUIRRE PINTO GABRIEL ALEJANDRO"/>	
NOMBRE REPRESENTANTE LEGAL	<input type="text" value="Gabriel Aguirre"/>	
* DIRECCION	<input type="text" value="LAS MONJAS 6 CHAGUAR A DOS CUAI"/>	
* PROVINCIA	<input type="text" value="PICHINCHA"/>	
* CIUDAD / POBLACION	<input type="text" value="QUITO"/>	
* CORREO ELECTRONICO	<input type="text" value="gabogabs7@gmail.com"/>	Ingrese una direccion mail valida
TELEFONO	<input type="text" value="022395993"/>	

Si usted desea actualizar los datos que constan en los campos no editables, debe actualizar la información de su RUC en el SRI, este sistema carga automáticamente esos datos.

Productos del Proveedor

IMPORTANTE: Seleccione las partidas arancelarias de su producto a exportar. Por favor asegurese de seleccionar su Partida arancelaria con 10 dígitos.**Buscar en el Clasificador**

Digite los primeros 4 números de la Subpartida o una descripción de la partida Ej: bananas

6109

Buscar

Se encontraron 3 categorías arancelarias para su búsqueda

<input checked="" type="checkbox"/>	6109.10.00.00 -- De algodón-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	6109.90.10.00 --- De fibras acrílicas o modacrílicas-DESBLOQUEADO
<input type="checkbox"/>	6109.90.90.00 --- Las demás-DESBLOQUEADO

Agregar Arancel Partida
Arancelaria

Descripción

Observación

Continuar

RUC 1712166899001

Usuario Gabriel1819

Hasta 15 Caracteres, sin espacios en blanco ni caracteres especiales como: / * ?

Contraseña

Hasta 15 Caracteres, sin espacios en blanco ni caracteres especiales como: / * ?

Confirmar Contraseña

Ingrese Nuevamente la clave

Continuar